

Tájékoztató a 2021. évi szakmai tervekről

A Veszprémi Turisztikai Nonprofit Kft. 2021. évre szóló részletes marketingterve a Veszprém-Balaton 2023 Európa Kulturális Fővárosa program célkitűzéseivel összhangban, a szolgáltatói igényeket figyelembe véve, a turisztikai termékek pontos meghatározása után, illetve a Turizmus 2.0, a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 felülvizsgált dokumentumával összhangban kerül kidolgozásra 2021. március 31-ig. A szakmai feladatok az EKF program által megvalósítandó célokhoz és a felkészülési folyamathoz illeszkedve, a fejlesztési programok részeként valósulnak meg.

2020. évben az azt megelőző év költségvetésének egy harmada állt rendelkezésre a szakmai feladatok elvégzésére és a kft. működtetésére egyaránt. Ennek következtében az EKF címévre történő eredményes felkészülés veszélybe került, hiszen a 2020-as évben a kft. az előre eltervezett EKF évre való felkészüléssel kapcsolatos plusz feladatait (szakmai együttműködések előkészítése, operatív feladatok: webportál fejlesztés, új szakmai kiadványok, útikönyv stb.) nem tudta végrehajtani. A 2021. év meghatározó az EKF projektévre való szakmai felkészülés szempontjából, mind látogatómenedzsment, mind infrastruktúra tekintetében. Megfelelő finanszírozás és humán erőforrás bővítés mellett is a rendelkezésre álló 1 év és 8 hónap megvalósítási idő szűkös a várhatóan megnövekvő látogatószám minőségi kiszolgálásának előkészítésére, a színvonalas szakmai felkészülésre.

Helyzetértékelés

A példátlan és globális járványügyi helyzet miatt rengeteg a kérdőjel és bizonytalanság a turisztikai szektor kilátásaival kapcsolatban, az ágazat közép és hosszabb távú jövőjét illetően nehéz a tisztánlátás. Pontos jövőképet nem egyszerű adni, azonban évtizedes tendenciák alapján látható és várható volt, hogy egyszer eljön a **trendforduló**, amelynek időzítése és mértéke volt csak ismeretlen.

A világjárvány új helyzetet teremtett a turizmusban, új célok megfogalmazására, új eszközök meghatározására van szükség. A járvány miatt megváltozott versenyhelyzet, kereslet- és kínálatoldali dinamika és munkaerőpiaci körülmények következtében a **Magyar Turisztikai Ügynökség felülvizsgálja a 2017-ben bemutatott Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 (NTS2030) dokumentumot**. Ugyan a frissítés kiváltó oka a járvány és az ágazat kihívásokkal szembesül a mindennapokban, előre kell tekinteni, így a stratégiában kijelölésre kerülő irányok hosszú távú szemlélet mentén támogatják az ágazat fejlődését. A frissítés alatt álló, **Turizmus 2.0** nevet viselő stratégia időtávja változatlan, a következő 10 évre fog megfogalmazni irányokat.

A krízis hatására erősödni fog az egészségtudatos szemlélet, felértékelődnek az olyan minőségek, mint a regionalitás, fenntarthatóság, autenticitás. A szektorban a legújabb trendek szerint az életminőséget és az érték-központúságot előtérbe helyező gondolkodás az elmúlt években egyre nagyobb teret kapott. Ezek szem előtt

tartásával, valamint a környezeti és társadalmi fenntarthatóság szellemében szükséges jövőbeni munkatervünket meghatározni.

Statisztikák

Globális adatok és tendenciák

A turisztikai ágazat globálisan soha nem látott kihívásokkal és egzisztenciális fenyegetéssel néz szembe a COVID-19 vírus hatására. Alapvető fontosságú, hogy a kormányok ezt felismerjék, és biztosítsák a turizmus fenntartását a válságban, annak érdekében, hogy azt követően az ágazat jelentős katalizátorként betölthesse létfontosságú szerepét a globális gazdaság helyreállításában és fellendítésében.

A COVID-19 gyors evolúciója és azonnal érezhető hatása az utazási és turisztikai szektorra ismét rávilágított a sokkhatások egyre bonyolultabb és szövevényesebb jellegére, a „pánikfaktor” valóságosságára és a válságkészség fontosságára annak érdekében, hogy az ágazat képes legyen megvédeni foglalkoztatottjait és desztinációit.

Míg a turizmus egyre ellenállóbbá vált, - a válságból való átlagos kilábalási idő 26 hónapról 10 hónapra csökkent 2001 és 2018 között -; a sokkok gazdasági hatása felerősödött. A WTTC 2020 júniusi elemzése tükrözi az ágazat kilátásainak bizonytalanságát, különös tekintettel az utazási korlátozások mértékére és időtartamára. Az előrejelzések szerint az utazási és turisztikai szektorban az elvesztett munkahelyek száma 2020-ban 121,1 és 197,5 millió között alakul majd. Eközben az ágazat GDP-vesztesége 3,4 és 5,5 billió dollár közé várható.

A WTTC korábbi kutatásaiból és a COVID-19-kel kapcsolatos jelenlegi tapasztalatokból is kiderül, hogy a mai sokkhatások kezelése megköveteli mind a kormányközi, mind a köz- és magánszféra közötti együttműködést.

A COVID-19 kiterjedt hatása ismét megmutatta, hogy egyensúlyt kell teremteni az emberi egészség és a gazdaság egészségének védelme között. A félelem, a pánik, a megbélyegzés és a kapcsolódó infodémia kezelése szintén kulcsfontosságú. Gyakorlatilag, a WHO szerint a járványkitörések során bekövetkező gazdasági veszteségek 90%-a a fertőzés elkerülése érdekében tett koordinálatlan és irracionális erőfeszítésekből származik.

A COVID-19 után a WTTC olyan intézkedéseket javasol, mint például az utazás megkönnyítése, támogatása, az akadályok megszüntetése, az adószabályok enyhítése, ösztönzők bevezetése, valamint a desztinációk támogatása. Az ágazat fellendülésének támogatása érdekében a WTTC globális protokollokat indított azzal a céllal, hogy helyreállítsa a fogyasztók bizalmát az utazás biztonságossága iránt az utazási korlátozások feloldását követően.

Forrás: WTTC - TRAVEL & TOURISM GLOBAL ECONOMIC IMPACT & TRENDS 2020

Európai adatok és tendenciák

A globális egészségügyi válság hatása egyértelművé vált, hogy az európai turizmus teljesítménye várhatóan 2023-ig a 2019-es szint alatt marad. Az év első négy hónapjában Európában drámaian, 44%-kal csökkent a nemzetközi turisták érkezése 2019 azonos időszakához képest, mely a globális teljesítménynek megfelelő visszaesést jelez. A turisztikai munkahelyek elvesztése Európában 2020-ban monumentális lehet, 14,2–29,5 millió között mozog. Továbbra is a bizonytalanság dominál, és a járványkorlátozások időtartama kulcsfontosságú lesz az ágazat veszteségeinek meghatározásához.

A nyári szezon előtt az idegenforgalmi vállalkozások folytatták tevékenységeiket, a különböző desztinációk Európa-szerte fokozatosan újranyitották határaikat. A belföldi piacra és az Európán belüli utazások fellendítésére alapoztak. A helyreállítás üteme országonként, régióként változó, és elsősorban attól függ, hogy mennyire támaszkodnak a nemzetközi forrás piacokra és a fogyasztói bizalom újjáéledésére.

Forrás: ETC - EUROPEAN TOURISM 2020: TRENDS & PROSPECTS QUARTERLY REPORT (Q2/2020)

Hazai adatok és tendenciák

A Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központba (NTAK) nem csak a kereskedelmi szálláshelyek, hanem az egyéb és magán szálláshelyekkel kiegészülő, teljes szolgáltatói szektor küld naponta adatot. Így az NTAK-ban már látható, hogy az idei nyár gyökeres változást hozott az utazási szokásokban.

Az NTAK nyári adatai alapján 2020 augusztusában jelentősen meghaladták a tavaly augusztusi belföldi vendégszámot az ideiek. Idén augusztusban 1,8 millió vendég érkezett a magyarországi szálláshelyekre, közülük 1,5 millió volt hazai. Ezzel a belföldi vendégek száma a nyolcadik hónapban 300 ezerrel haladta meg a tavaly augusztusi számot. A szálláshelyek mindösszesen 5,4 millió vendégéjszakát regisztráltak, ebből 4,4 milliót belföldi utazók töltöttek el. Az 1,8 millió vendég többsége – 93%-a – ebben a hónapban is vidéki szálláshelyekre utazott, és ott 5,0 millió vendégéjszakát töltött el. A vidéken nyaraló vendégek 85%-a volt hazai, ők a vendégéjszakák 87%-át adták. A vidéki szálláshelyek közül a magán- és egyéb szálláshelyek voltak a legnépszerűbbek. Az összes vendégéjszaka 46%-át töltötték el itt az utazók, további 32%-ot szállodákban, 10%-ot kempingekben, 7%-ot pedig panziókban.

Országos áttekintés

A Balaton régió mellett, ahol az összes belföldi vendégéjszaka szám 41%-a került eltöltésre, a hazai vendégek körében a Mátra–Bükk, valamint a Debrecen–Hajdúszoboszló–Hortobágy–Tisza-tó kiemelt térségek is népszerűek voltak. A külföldiek körében szintén a Balaton volt a legnépszerűbb, ezt követően pedig Budapest, valamint a Debrecen–Hajdúszoboszló–Hortobágy–Tisza-tó, a Mátra–Bükk és a Sopron–Fertő térségek voltak a leglátogatottabbak. A TOP 5 küldőország – vendégéjszaka szám szerinti sorrendben – Németország, Lengyelország, Szlovákia, Csehország és Ausztria volt.

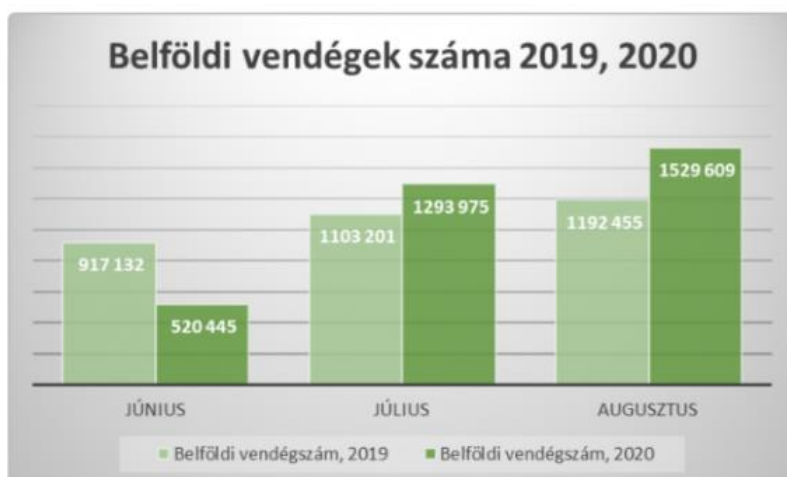
Az egészségturizmus hazánkban is az egyik legdinamikusabban fejlődő turisztikai ágazat, amelyben Magyarország különleges adottságokkal és hagyományokkal rendelkezik. Augusztus hónap 5,4 millió vendégéjszakájának 30%-a, összesen 1,6 millió a nemzetközi jelentőségű fürdőhellyel rendelkező vidéki fürdővárosokban, valamint a fővárosban realizálódott. Az elmúlt hónap vendégéjszaka számai alapján a TOP 5 településből négy – Budapest, Balatonfüred, Hajdúszoboszló, Hévíz – is a fürdővárosok közé tartozik. A főváros kivételével az összes vizsgált fürdővárosban a belföldi vendégéjszakák domináltak (82%), a legmagasabb belföldi arányt Egerszalók és Gyula (95 és 98%) szálláshelyein látható, míg a külföldiek által eltöltött vendégéjszakák aránya Bük és Sárvár esetében volt a legmagasabb (33 és 31%). Augusztus hónapban minden vizsgált városban több vendégéjszaka került eltöltésre, mint júliusban, a legnagyobb arányú, 40% feletti bővülés Debrecenben és Hajdúszoboszlón volt tapasztalható.

Balaton

Augusztusban még többen választották úti célul legnagyobb tavunkat, ahol a belföldi vendégek legkedveltebb települései az eltöltött vendégéjszaka szám szerinti sorrendben Siófok, Balatonfüred, Hévíz, Balatonlelle és Zalakaros voltak. A Balaton kiemelt térség szálláshelyeire 645 ezer vendég érkezett augusztusban, akik 2,2 millió vendégéjszakát töltöttek el. Ezek 52%-a magán- és egyéb szálláshelyeken, míg 26%-a szállodákban, további 13%-a kempingekben realizálódott. A térségben az elmúlt hónapban is a belföldi vendégek domináltak, az összes vendégéjszaka szám 82%-át ők adták. A TOP 5 küldőország – szintén a vendégéjszakák száma alapján – Németország, Lengyelország, Szlovákia, Csehország és Ausztria volt.

2020 nyara

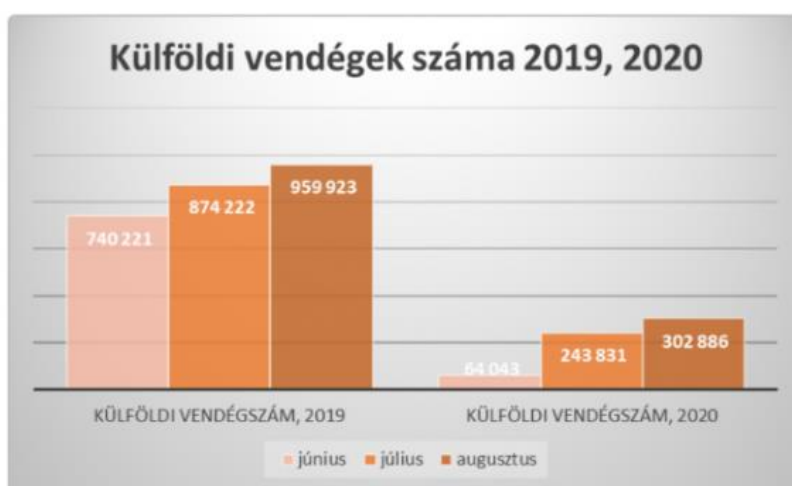
Főként a külföldi vendégek számának jelentős visszaesése miatt a júniusi vendégszám még jelentősen elmaradt a tavalyi értékektől, július-augusztusra azonban erőteljes növekedés indult el. Az idei és a tavalyi nyári hónapok vendégszámainak összehasonlításakor júniusban még megmutatkozik a járvány okozta visszaesés hatása, ugyanakkor a júliusi és az augusztusi belföldi vendégszám jelentősen meghaladta a tavalyi értékeket.



A 2019 havi adatok a KSH kereskedelmi szálláshelyekre publikált havi adataiból és az üzleti célú egyéb szálláshelyekre publikált éves adataiból becsléssel készült.

Míg 2019-ben a belföldi vendégforgalom mindhárom nyári hónapban kiegyensúlyozottnak mondható, addig 2020-ban augusztusra mind többen döntöttek úgy, itthon töltik el nyári pihenésüket.

A határozatok miatt elmaradt külföldi vendégek jelentős kiesést okoztak elsősorban a főváros látogatottságában. Mivel Budapest kitettsége a külföldi turistáknak mintegy 90%-os, így a tavaly nyáron regisztrált 2,6 millió külföldi vendég 60%-a a fővárosi szálláshelyekről maradt el idén nyáron.



Forrás: Turizmus Online, 2020.09.16

A kereskedelmi szálláshelyek főbb eredményei

A kereskedelmi szálláshelyek 51%-kal kevesebb, összesen 11 millió vendégéjszakát regisztráltak. A külföldi vendégek 69, a belföldiek 35%-kal kevesebb (3,3, illetve 7,6 millió) vendégéjszakát töltöttek a kereskedelmi szálláshelyeken.

A kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó árbevétele folyó áron 51%-kal csökkent, és 183 milliárd forintot tett ki.

Összefoglaló adatok, 2020. augusztus

Mutató	Érték		Változás az előző év azonos időszakához képest, %	
	augusztus	január– augusztus	augusztus	január– augusztus
Külföldiek vendégéjszakái, ezer	607	3 344	–71,3	–68,9
Belföldiek vendégéjszakái, ezer	2 530	7 557	–2,1	–34,7
Összes vendégéjszaka, ezer	3 136	10 902	–33,2	–51,2
Összes bevétel, milliárd forint ^{a)}	47	183	–32,6	–50,8

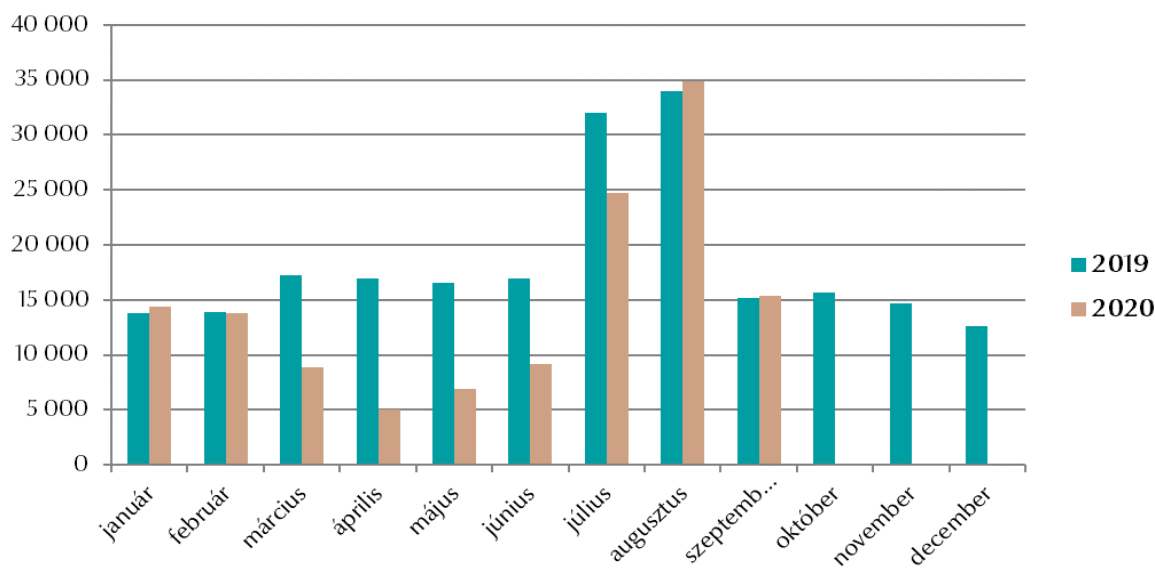
a) Folyó áron.

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal

Helyi adatok és tendenciák

A statisztikák alapján 2020-ban a **veszprémi** kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma az elmúlt év azonos időszakához viszonyítva 40%-kal csökkent (2020. január-szeptember: 133 016 vendégéjszaka, forrás: VMJV Adóhivatala).

Vendégéjszakák száma Veszprémben 2019/2020



Forrás: VMJV Polgármesteri Hivatal Adóhivatala

A vírushelyzet következtében 2020. március 17-ikét követően irodánkban az ügyfélszolgálati tevékenységet felfüggesztettük, ezt követően kollégáink home officeban végezték munkájukat, az irodában csak ügyeleti rendben tartózkodtak (pl. jegyvisszaváltási igény miatt).

Május 30-án a pünkösdi ünnepi hétvégére való tekintettel újraindítottuk a személyes ügyfélfogadást irodánkban a járványügyi intézkedések betartása mellett.

A Tourinform Veszprém iroda vendégforgalma 2020. január-szeptember hónapokban 11 446 fő, mely 50% visszaesést jelent a tavalyi év azonos időszakához képest. A legerősebb nyári hónapban (július-augusztus) naponta átlagosan 101 fő kereste fel az Óváros téri Tourinform irodát.

Információnyújtás

A Tourinform Veszprém irodában a történelmi belvárosban, az Óváros tér 2. szám alatt szakképzett, jó helyismerettel és magas szintű idegennyelv ismerettel rendelkező kollégák várják a turistákat, látogatókat, hogy elmesélhessék számukra a **Királynék városának történetét**. A veszprémi megcsodálták a könnyen elérhető helyszínt, a turisták pedig itt kezdik az óváros és a városközpont felfedezését, tehát ideális az iroda elhelyezkedése. A turisztikai információnyújtáson túl az iroda helyi, kézműves jellegű ajándéktárgyakat és rendezvények belépőjegyeit (Ticketportal, Jegymester, Interticket)

árusítja, idegenvezetést közvetít, a kicsiknek gyereksarkot kínál, és nem utolsó sorban közvetlen környezetében szabadon használható wifi-csatlakozás is elérhető.



2021. évi tervezett nyitva tartás: (8200 Veszprém, Óváros tér 2.)

Tourinform Veszprém nyitva tartása	Hétfő-Péntek	Szombat	Vasárnap
Január 1 – Február 28.	9:00-17:00	zárva	zárva
Március 1 - Április 30.	9:00-17:00	10:00-16:00	zárva
Május 1 - Május 31.	9:00-17:00	10:00-18:00	10:00-14:00
Június 1 - Augusztus 31.	10:00-18:00	10:00-18:00	10:00-18:00
Szeptember 1 - Szeptember 30.	9:00-17:00	10:00-18:00	10:00-14:00
Október 1 - December 31.	9:00-17:00	10:00-14:00	zárva

Az országos Tourinform hálózat 104 irodájában 2020. nyarán a Magyar Turisztikai Ügynökség elvégezte a Tourinform irodákban az érvényben lévő névhasználati szerződés szerint folyó szakmai munka ellenőrzését (mystery shopping).

Az ellenőrzés kiterjedt a Tourinform hálózat esetében a szolgáltatásminőség mérésére, a vendégelégedettségre és az előírások betartásának vizsgálatára próbavásárlások segítségével.

Irodánk munkatársai minden értékelési szempont tekintetében jelentősen az országos átlag feletti teljesítményt nyújtottak, a **legjobb 8 iroda** között végeztünk.





TOP15 legjobban teljesítő iroda

	Összesen	Személyes	Telefon	E-mail
Tourinform Ópusztaszer	98%	93%	98%	100%
Tourinform Ráckeve	97%	98%	91%	99%
Tourinform Zalaegerszeg	96%	90%	99%	98%
Tourinform Tamási	95%	99%	91%	95%
Tourinform Győr	94%	89%	93%	99%
Tourinform Badacsony	94%	85%	99%	97%
Tourinform Bonyhád	94%	96%	96%	91%
Tourinform Veszprém	93%	87%	93%	98%
Tourinform Kisköre	93%	93%	90%	94%
Tourinform Szeged	92%	98%	86%	93%
Tourinform Pápa	92%	92%	82%	100%
Tourinform Kiskőrös	92%	84%	94%	97%
Tourinform Szentgotthárd	92%	95%	87%	94%
Tourinform Balmazújváros	92%	97%	98%	85%
Tourinform Békéscsaba	92%	88%	85%	98%

A jól teljesítő Tourinform iroda jellemzői:

- Gyors, pontos és részletes tájékoztatás
- Személyre szabott programajánlás
- Kiemelkedően kedves és segítőkész munkatárs
- Érdeklődő, proaktív munkatárs



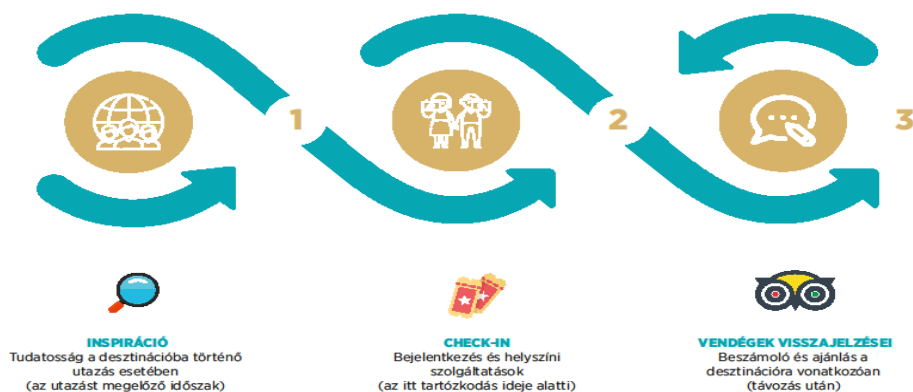
Marketing tevékenység 2021

Az ügyvezető törekszik arra, hogy a Kft. saját bevételeit az iroda által nyújtott szolgáltatások révén növelje, és az esetlegesen realizált többletbevételt nonprofit szervezetként legfontosabb tevékenységére, a desztináció minél hatékonyabb turisztikai marketingjére fordítsa.

A Veszprémi Turisztikai Nonprofit Kft. (továbbiakban Kft.) 2021. évre szóló részletes marketingterve a szolgáltatói igényeket figyelembe véve, a turisztikai termékek pontos meghatározása után az EKF program által megvalósítandó célokhoz és a felkészülési folyamathoz illeszkedve kerül kialakítása.

A Kft. Névhasználati szerződést kötött a nemzeti turisztikai szervezettel, mely alapján adott évi marketing koncepcióját a Magyar Turisztikai Ügynökség Zrt. és a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 dokumentumaiban meghatározott irányelvekhez igazodva, az egységes desztinációs szemlélet érvényesítése érdekében, a Balaton, mint kiemelt turisztikai desztináció részeként alakítja ki 2021. március 31-ig.

Minden jövőbeni online és offline marketing tevékenységünket az alábbi – az utazók aktuális utazási szokásai alapján meghatározott - digitalizálható út szakaszai alapján tervezzük a rendelkezésünkre álló költségvetési forrás arányában:



Ábra: Veszprémi Turisztikai Nonprofit Kft. 2019

1. Inspiráció – utazás előtti szakasz – online marketing megoldások

(új portál, PPC kampányok, közösségi média)

ÚJ PORTÁL – VESZPREMINFO.HU

A desztináció jelenleg működő turisztikai oldala -, mely online marketing tevékenységünk alapja és fő kommunikációs csatornánk – a (veszpreminfo.hu) 2014-ben pályázati forrásból készült, az akkori trendeknek, elvárásoknak megfelelően.

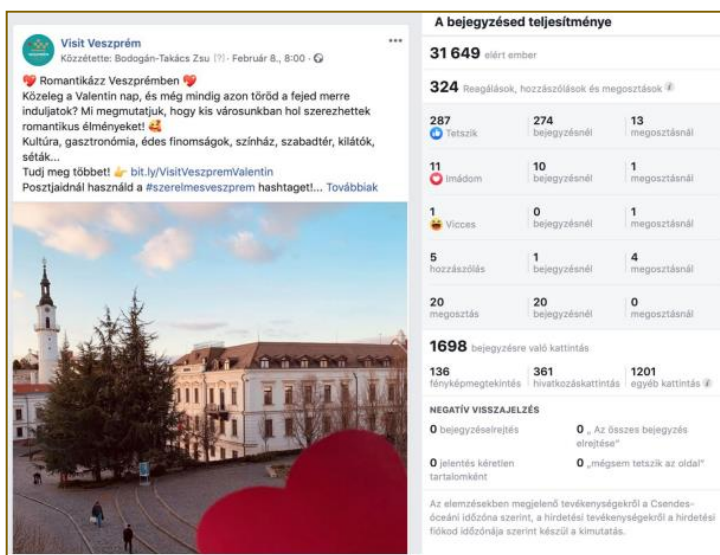
Azóta a digitális technológia és a fogyasztói igények egyaránt jelentősen megváltoztak. Bizonyított tény, hogy a turisták utazás előtt elsősorban a konkrét úti céljuk, ill. annak szűkebb desztinációjához kapcsolódó honlapokon tájékozódnak. Éppen ezért a weboldalunk következetes – látogatói és technológiai elvárásoknak megfelelő, a fogyasztói igényekhez és szokásokhoz jól illeszkedő – továbbfejlesztése elkerülhetetlen.

A 2021-es év egyik fő feladatának tekintjük egy új desztinációs turisztikai portál fejlesztését 3 nyelvű online foglalási rendszerrel, webshoppal.

Az új weblap tartalma, struktúrája a tervezhető és összeállítható buyer personák viselkedésére, tartalom-fogyasztási igényeire épül, következetesen, a látogatói és technológiai elvárásoknak megfelelően. Az új weboldal előfeltétele annak, hogy az EKF címévre felkészülve a lehető legteljesebb turisztikai és kulturális élményszerzést biztosítsuk, és ugyanakkor támogassuk a látogatószám növekedését és a fenntartható turizmusfejlődést. Egy továbbfejlesztett honlap adhat keretet szervezetünk olyan marketingtevékenységeknek is, mint az attrakciók és szolgáltatások, a minőségi élményterek bemutatása.

PPC KAMPÁNYOK - kattintás alapú hirdetési kampányok

Forrásaink függvényében ugyancsak folytatni kívánjuk inspirációs célú és jelentős forgalomélénkítő hatású fizetett nyereményjáték-kampányainkat a Facebookon. Ezek szintén hatékony eszközei a brandépítésnek, valamint a webalapú információk felületek népszerűsítésének.



KÖZÖSSÉGI MÉDIA MARKETING

Közösségi média jelenlétünk erősítésére a legfontosabb platformokon (Facebook, Instagram, Youtube, Pinterest, Twitter) a továbbiakban is kiemelt hangsúlyt fektetünk. A trendkövetés és folyamatos tartalomkezelés marketingtevékenységünk kiemelt területe.

2. Check-in – az itt tartózkodás ideje alatt – offline megjelenések

ÚJ VESZPRÉMI TURISZTIKAI KIADVÁNYPORTFÓLIÓ

Az EKF hatására várhatóan megnövekedő látogatószám mennyiségi és minőségi kiszolgálására, a teljeskörű információnyújtás és színvonalas tájékoztatás érdekében elengedhetetlen egy új turisztikai kiadványportfólió megalkotása. Az elmúlt években a korlátozott források mindössze annyi teret engedtek, hogy korábbi kiadványaink (Útitárs, leporelló, térképek) kisebb tartalmi frissítésekkel kerültek újra kiadásra.

Az EKF 2023 kapcsán megújuló turisztikai márka népszerűsítésének és a turisztikai fejlesztések kommunikációjának egyik leghatékonyabb módja a saját kiadványok készítése, terjesztése. Az új turisztikai kiadványportfólió tervezésénél figyelembe vesszük a desztinációnk kiemelt célcsoportjainak igényeit.

Kiadványtervek:

	Desztinációs kiadványok, B2C	Tematikus kiadványok, B2C
Célok:	<ul style="list-style-type: none"> • megfelelő minőségű utazótájékoztató • funkcionális • invitatív • imázs 	<ul style="list-style-type: none"> • fő látnivalók szemléltetése • funkcionális • invitatív
Célcsoportok:	<ul style="list-style-type: none"> • kulturális utazók • kozmopolita utazó fiatalok • élményt kereső családok • aktív szeniorok 	<ul style="list-style-type: none"> • kulturális utazók • kozmopolita utazó fiatalok • élményt kereső családok • aktív szeniorok
Nyelvi mutációk:	magyar-angol-német	magyar-angol-német
Tervezett példányszám:	forrás függvényében	forrás függvényében
	I. Veszprémi prémium imázs kiadvány <u>Paraméterek:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Méret: 210 x 210 mm • 28!!!+4 oldal • Belív: 150 gr Silk • Borító: 250 gr Silk + matt fólia +szitalakk borítón kívül • Irkafűzve • 4+4 color nyomás 	I. Általános térkép <u>Paraméterek:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Kiterített méret: A3 (420 x 297 mm) • Hajtott méret: A6 (105 x 148 mm) • Anyag: 120 gr Ofset • 4 hajtással hajtva! • 4+4 color nyomás
	II. Útitárs <u>Paraméterek:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Méret: 164 x 235 mm • 20+6 oldal * (Borító elől kihajtható-teljes felületen visszahajtott!) • Belív: 150 gr Fényes • Borító: 250 gr Fényes + matt fólia kívül • Irkafűzve (borító nem rövidebb) • 4+4 color nyomás 	II. Gasztronómia térkép <u>Paraméterek:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Kiterített méret: A3 (420 x 297 mm) • Hajtott méret: A6 (105 x 148 mm) • Anyag: 130 gr Fényes • 4 hajtással hajtva! • 4+4 color nyomás
	III. Bakancslista Veszprém <u>Paraméterek:</u> <ul style="list-style-type: none"> • A6 (105 x 148 mm) • 92+4 oldal • Belív: 115gr Silk • Borító: 250gr Silk +fényes fólia kívül • Pur ragasztó-kötve • 4+4 color nyomás 	III. Rejtett kincsek <u>Paraméterek:</u> <ul style="list-style-type: none"> • A6 (105 x 148 mm) • 92+4 oldal • Belív: 115gr Silk • Borító: 250gr Silk +fényes fólia kívül • Pur ragasztó-kötve • 4+4 color nyomás

TOURINFORM VESZPRÉM – ÚJ IRODA KIALAKÍTÁSA

Az EKF címében és a felkészülési időszakban a város sokrétű kulturális és aktív turisztikai kínálata jelentősen bővül, valamint az országos jelentőségű vonzerők látogatószáma várhatóan megsokszorozódik. A **megnövekedett kereslet** kiszolgálására, a vendégek **minőségi tájékoztatására** a desztinációban található Turisztikai Információs iroda jelenlegi állapotában nem alkalmas. Sem infrastrukturálisan, sem anyagi- és humán erőforrásban nem versenyképes, fejlesztése elengedhetetlen. **Fontos, hogy a desztinációba érkező látogatókat megfelelően felkészült (infrastruktúra, digitalizáció, humán erőforrás) minőségi Turisztikai Információs iroda fogadja**, és az általa kínált szolgáltatások illeszkedjenek (a látogatói elvárásokon túl) a desztináció élménykínálatának egészéhez, egyedi márkaprofiljához. A fejlesztés elengedhetetlen a desztináció hosszú távú, fenntartható, minőségi turisztikai versenyképességének biztosításához.

A tervezett új koncepcióban a Tourinform Veszprém vendégszolgálati- és háttérirodái új, nagyobb ingatlanba költözne, megújulna, profitorientált szolgáltatást vezetne be (ajándékbolt). Tervek szerint, az új iroda kialakítása, impozáns környezetben színvonalas ajándékbolttal fogadná a Tourinform Veszprém a városba érkező látogatókat és a helyi lakosokat egyaránt. Az ajándékboltban többek között a Veszprém-Balaton 2023 Zrt. által fejlesztett merchandising termékeket kívánjuk értékesíteni.

3. Vendég-visszajelzések - Vélemények kiértékelése és visszacsatolás

Elengedhetetlen egy, a vélemények kiértékelésére és a visszacsatolásra szolgáló platform, amely értékelést adhat (bárminek, aki használja), a visszacsatolás eljut az adott szolgáltatóig, intézményig.

Ezt kiegészítendő fontos az online média megfigyelése, a személyre szabott marketing- és kommunikációs intézkedések érdekében.

Az online média megfigyelése és a vélemények nyomon követése lehetővé teszi a nagyobb adatmennyiségek elemzését. Például a felhasználók értékeléseinek tartalmi elemzését – a vendégek kritikáinak, a pozitív visszajelzéseknek, az új és aktuális trendeknek részletes elemzését. A releváns témák és trendek ezen elemzések segítségével könnyen felismerhetővé válnának, és az így kapott információk felhasználhatók a marketing- és kommunikációs intézkedések meghatározása során.

Fontos tehát a médiaközi desztinációmkteting, az utazástervezés és utazásfoglalás digitális előmozdítása, a közösségi oldalakon a desztináció potenciális látogatóinak követése, miközben az utazási szokások feltérképezése elengedhetetlen. A médiaközi szemlélet folyamatos fejlődése, az online és offline szolgáltatások összekapcsolása együtt alkotják a város és a térség desztinációmktetingjének sarokköveit.

További offline és online marketingtevékenységek az előző évek gyakorlata alapján:

NYOMTATOTT MÉDIA

A potenciális fogyasztók informálása, elérése, Veszprém város turisztikai kínálatának népszerűsítése print megjelenések formájában országos és több megyés kiadványokban (pl. Forbes, Mediaworks).

RÁDIÓS MEGJELENÉSEK

Pozitív tapasztalataink alapján folytatjuk együttműködésünket a helyi MÉZ Rádióval (pl. garantált idegenvezetések hirdetése) a helyi lakosság minél szélesebb körű tájékoztatása érdekében, valamint országos lefedettségű csatornán nyári kampányunkkal célunk a Balatonhoz látogató turisták elérése és erőteljesebb bevonása a városba kulturális és gasztronómiai kínálatunk hangsúlyozása révén.

INFORMÁCIÓS TÁBLARENDSZER

Erős online jelenlétünk mellett a városba érkező látogatók helyben is több információhoz jutnak a **köztéren kihelyezett közel 150 irányító és információs tábla** segítségével, melyeket erőforrásaink függvényében folyamatosan karbantartunk.

RENDEZVÉNYEK

Közreműködünk a szervezésben, jegyértékesítésben és szakmai tanácsadással a városi, kiemelt és tematikus nagyrendezvények esetében.

GARANTÁLT IDEGENVEZETÉSEK

2021-ben is folytatjuk a városnézések tematikus rendszerének továbbfejlesztését. Emellett együttműködünk egyéb, idegenvezetés szervezésével foglalkozó, profitorientált cégekkel (pl. Veszprém másképp, Idegenvezetők Veszprém, Imagine Budapest).

PARTNERI EGYÜTTMŰKÖDÉS SZAKMAI SZERVEZETEKSEL

A régiós együttműködést erősítve szorosabbra fontuk a kapcsolatot a **Balaton Turizmus Szövetséggel**, így például számos veszprémi programajánlattal csatlakozunk a szervezet **Nyitott Balaton** elnevezésű, népszerű projekt tavaszi és őszi kampányához. A kampány a turisztikai szezonhosszabbítást célozza, melyhez Veszprém egész évben elérhető változatos kulturális kínálata is jelentősen hozzájárul.

A **Veszprémi Turisztikai Egyesület** munkáját támogatjuk további egyesületi tagok bevonásával, projektek ösztönzésével, a titkári feladatok segítségével.

Magyar TDM Szövetség tagságunk révén részt veszünk a szövetség által szervezett szakmai konferenciákon, workshopokon, valamint folyamatosan konzultálunk a lényeges szakmai kérdésekben.

Sajtókapcsolatokat ápolunk, TV interjúk és forgatások (pl. MTÜ desztinációs kampányfilmek, turisztikai magazinok) koordinálásában működünk közre.

Veszprém, 2020. november 5.



Veszprémi Turisztikai Nonprofit Kft.
8200 Veszprém, Óváros tér 2.
Adószám: 14636950-2-19
Bank: 17600066-00474012-00200004

Bérczi Beáta
ügyvezető