

# Marketing venkovského cestovního ruchu



**Eva Šimková**



# Obsah přednášky

1. **Specifika šetrné turistiky**
2. **Současné trendy a vliv na marketing VCR**
3. **Marketing a marketingový mix VCR**
4. **Balíčkování služeb VCR**
5. **Cílová skupina a její oslovení**
6. **Rizika a omezení venkovského CR**



# Masový vs. šetrný CR

## ■ Masový CR

- Prezentace malého kusu přírodního prostředí určeného pro rekreaci
- Prostředí je kulisou
- Zisky má 1 provozovatel
- Negativní dopad na ŽP

## ■ Šetrný CR

- Propagace specifického regionu jako celku - tradice
- Autenticita produktů – aktivní poznání, prožitek
- Zisky má místní komunita
- Ochrana přírodního a kulturního dědictví - genius loci



# Trendy životního stylu

- - Pozornost se přesouvá k **ekologii, zdraví, aktivnímu** využívání volného času
- - Zvýšená péče o **venkovskou krajinu**: vyžaduje strategický přístup
- - **Rostoucí zájem o venkovský cestovní ruch** může být jedním z nástrojů péče o venkovskou krajinu

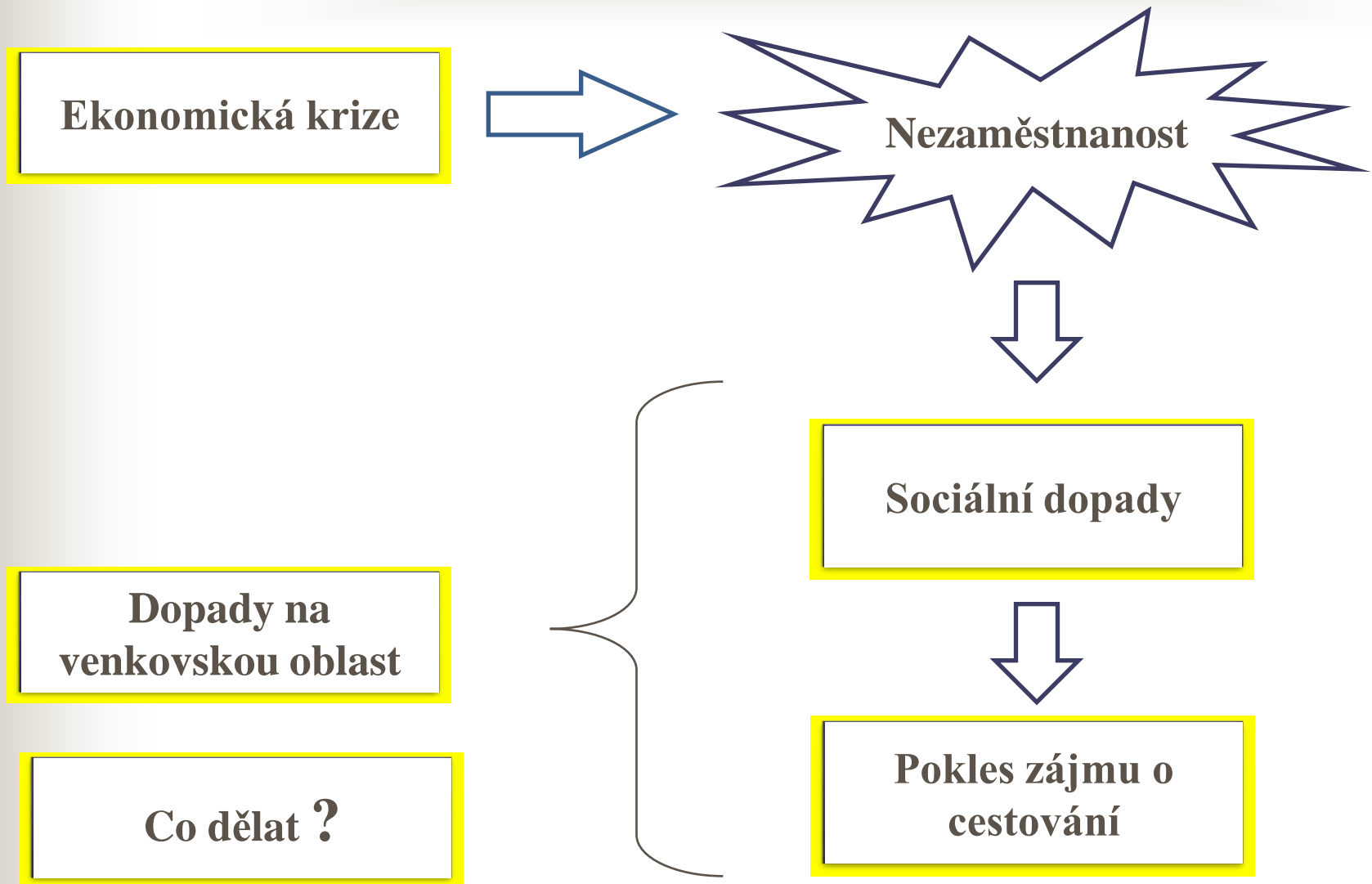


# Trendy informační

- - Mění se informační **potřeby** (důraz na kvalitu, kvantitu, dostupnost informací)
- - Mění se **technologie** zpracování informací (integrované systémy – riziko dezinformací, zneužití)
- - Klade se větší důraz na **vzájemné vztahy** mezi institucemi



# Vliv hospodářské krize na venkovský cestovní ruch





# Marketing VCR

- - Jak uspokojovat požadavky klientů v měnícím se prostředí?
- - Jak navrhnout optimální podnikatelskou strategii?
- Marketingové činnosti:
  1. - Analýza hlavních aktérů trhu (dodavatelé, konkurence).
  2. - Analýza požadavků klientů (nabídka produktů)



# Marketing vztahový

- - strategie CRM - Customer Relationship Management
- - jádrem současného marketingu:
- - získávání a udržování klientů, podpora jejich loajality k produktu, podniku nebo značce





# Marketingový mix „4P“

- soubor nástrojů k dosažení žádané reakce na cílovém trhu:
  1. Product – produkt (výrobek, služba)
  2. Price – cena
  3. Place – místo prodeje, způsob distribuce
  4. Promotion – propagace, komunikace s klienty



# 1. Produkt – výrobek, služba

- - hlavní produkt VCR je destinace – venkovská lokalita
- - kritické faktory ovlivňující produkt VCR:
  1. - změna preferencí a potřeb návštěvníků
  2. - změny znaků atraktivity lokality



## 2. Price - cena

- **obchodní, informativní, propagační funkce**
- **cenové nástroje:**
  1. - cenové slevy pro určité klienty
  2. - cenové zvýhodnění – dle sezónnosti, umístění, formy služby (individuální produkt, balík služeb)



# 3. Place – místo, distribuce

- - lokalizace – umístění subjektu CR
- - distribuční kanály – cesty k zákazníkovi:
  - přímá distribuce
  - nepřímá distribuce



# 4. Promotion

## – propagace, komunikace

- **Komunikační (propagační) mix:**
  1. **Reklama** – placená neosobní prezentace produktu.
  2. **Podpora prodeje** - krátkodobé stimuly.
  3. **Public relations** – vztahy s veřejností.
  4. **Osobní prodej** - ústní prezentace produktu.
  5. **Přímý marketing** - bezprostřední předávání sdělení, www stránky.





# Specifika Internetu

- **Globální** dosah internetu
- Komoditou jsou **informace** (hlavní motiv „surfování“ po internetu)
- Poskytování **permanentních** služeb
- **Flexibilita** (poskytování aktuálních, komplexních informací)
- Vytváření **komunit** (sociální sítě) se společnými zájmy
- **Trend C2C** (Customer-to-Customer holiday planning) – plánování dovolené na základě předávání zkušeností



# Balíčky služeb VCR

- **balíčkování (packaging)** - kombinování různých výrobků a služeb za souhrnnou cenu dle klientova přání
- **výhody pro zákazníky:**
  - - větší pohodlí, výhodnější cena, vyšší kvalita služeb
- **výhody pro podnikatele:**
  - - vyrovnání poptávky, zvýšení přitažlivosti pro klienty, odlišení se od konkurence, spolupráce



# Typy balíčků služeb (zážitkových aktivit) VCR

- adrenalin a sport
- relaxace a pohoda, wellness,
- romantika
- gastronomie, gurmánské zážitky
- tradice, hobby
- přírodní dědictví



# Typy zážitkových aktivit v oblasti adrenalinu a sportu

- skalní lezení
- nordic walking
- cyklistika
- hipoturistika
- jízda na kanoi, raftech



# Typy zážitkových aktivit v oblasti relaxace, wellness

- masáže
- sauna
- vířivky
- bazény
- zábaly





# Typy zážitkových aktivit v oblasti romantiky

- večere při svíčkách
- večere na netradičních místech
- perličkové koupele
- sauny
- aromamasáže



# Typy zážitkových aktivit v oblasti gastronomie

- regionální gastronomie – projekt Stezky dědictví ECEAT



# Typy zážitkových aktivit v oblasti tradic a řemesel

- řemeslné kurzy, workshopy, dílny
- tradiční slavnosti (jarmarky, trhy, masopusty)
- technické památky a provozovny (ukázka výroby piva, vína, pevnosti, tvrže, vodní nádrže, větrné mlýny)
- lidová architektura





# Typy zážitkových aktivit v oblasti přírodního dědictví

- exkurze s průvodcem – exkluzivita místa (chráněné oblasti, naučné stezky)
- outdoorové programy s průvodcem – exkluzivita aktivit (přírodní katastrofy)
- pozorování a přímý prožitek divoké přírody (bird watching, přežití v drsné přírodě)
- kreativní dílny (malování v plenéru fotoworkshopy)





# Cílové skupiny VCR

- rozdělení dle míry pozornosti:
  1. vyžadující maximální pozornost  
(rodiny s dětmi, senioři)
  2. vyžadující střední pozornost  
(školy v přírodě, tělesně postižení)
  3. vyžadující minimální pozornost  
(sportovně založení klienti, přírodovědci )





# Destinační management

- **spolupráce (partnerství) v destinaci:**
- **tým lidí / organizací, subjektů, kteří chápou smysl produktu a mohou k němu společně přispět**
- **výstupy:**
- **společná propagace**
- **provázané produkty CR**



# Rizika a omezení VCR

- **Ekonomická rizika (investice do VCR)**
- **Právní podmínky pro podnikání (legislativa)**
- **Technická a technologická rizika (ICT, infrastruktura VCR)**
- **Personální rizika (nedostatek podnikatelů VCR)**
- **Znalostní rizika (nedostatek informací, znalostí)**
- **Podmínky ochrany přírody a kulturních památek (legislativa, postoj veřejnosti)**
- **Klimatické podmínky (roční doba, denní doba, počasí)**



# Závěr

## ■ Desatero tvorby úspěšného produktu VCR:

1. Buďte jedineční.
2. Využijte přirozený potenciál destinace.
3. Pečujte o zákazníka.
4. Mějte širokou nabídku služeb.
5. Dbejte na kvalitu své nabídky.
6. Stanovte rozumnou cenu.
7. Nezapomeňte na efektivní marketing.
8. Nejlepší reklamou je spokojený zákazník.
9. Spolupracujte s místními partnery.
10. Věřte sobě i své práci.

*Zdroj: s využitím zdroje Mrázová (2010)*

# Marketing venkovského cestovního ruchu



**Děkuji za pozornost !**