

Diskusní fórum v oblasti marketingu na téma „Odliš se v cestovním ruchu“

v rámci projektu „Sít' hospodářského rozvoje česko-polského příhraničí“
CZ.11.4.120/0.0./0.0/15_006/0000071“ realizovaného v rámci Programu Interreg V-A Česká republika – Polsko (1.1.2017 – 31.12.2018)

Termín: 3. května 2018

Místo: Krkonošské centrum enviromentálního vzdělávání Krtek Správy KRNAP,
Dobrovského 3, 543 01 Vrchlabí

Účastníci:

- TIC Pod Zvičinou
- TIC Trutnov
- MÚ Trutnov
- Krajský úřad Libereckého kraje
- Branka o.p.s.
- Městské IC Dvůr Králové nad Labem
- DS Orlické hory a Podorlicko
- Dm Hradecko
- TIC Hradec Králové
- Sdružení Český ráj
- TIC Žacléř
- Skiareál Špindlerův Mlýn
- Krkonoše – svazem měst a obcí
- RTIC Vrchlabí
- Město Žacléř
- Muzeum Žacléř
- KRNAP

Lektor: Mgr. Pavel Pichler ze společnosti Travelbakery

Diskusní fórum bylo vedeno v duchu: **Odlišit se dokážete, až pochopíte rozdíl mezi tím, co si myslíte, že lidi potřebují, o čem je budete přesvědčovat, že potřebují, a co opravdu potřebují.**

Lektor ukázal směry, v kterých je možno se odlišit a co je standart. Kvalitu, kreativitu a širokou nabídku mají všichni. Nízká cena nepřiláká další zájemce. Musíme najít to nej, co nikdo jiný nemá: První, nejvyšší, nejhezčí, nejkrásnější výhled...

Je potřeba se držet tradic a na tom založit jednotnou propagaci a to všemi směry. Nemá cenu nabízet velké množství aktivit, ale výběr toho TOP. Ve velké nabídce se turista ztratí a nic si nevybere. V některých místech je to odbornost, která dělá propagaci a je pro lokalitu také jedinečná.

Při vytváření propagace je potřeba se zaměřit na konkrétní skupinu, kterou chceme oslovit. Komunikovat s ní, zjistit její potřeby, představy a podle toho, za jejich pomoci vytvořit

propagaci. Sama skupina nám pomůže s distribucí svými kanály, kterými mezi sebou komunikují.

Reklamní předměty – musí potěšit! Když textilní taška, tak vtipný nápis: unesu hladu věci.
Kšiltovka: Je mi 800 let

Komunikace na facebooku

Influence

Mikro influence

Náš klient – micro influencer – mladý člověk co navštíví, napíše, vyfotí a sdílí – jsou-li spokojení výborná propagace!

- Zjistit o čem píše a na co se zaměřuje
- Vyjít mu vstříc
- Navrhnout téma
- Nechat ho pracovat
- Nepřesytit ho
- Být mu k dispozici
- Připravit si náhradní téma

Bloggeři

Behaviorální marketing

Kuřecí křídla za 100 Kč x Kuřecí křídla marinovaná 24 hodin v medové omáčce za 100 Kč

Využití přesvědčivosti:

Koupeno 20x

Spokojenost 15x

Vybírání střední varianty, tím se ztratí zvýšená cena

Součástí zápisu je zkrácená prezentace, kterou zaslala lektor- rozeslána všem účastníkům.