

Marketingový plán aktivít SACR a účasti na veľtrhoch a výstavách v roku 2014

Slovenská agentúra pre cestovný ruch (ďalej „SACR“) vypracovala, na základe schválenej Marketingovej stratégie SACR na roky 2014 – 2020 (ďalej „stratégia“), zoznam aktivít pod názvom „Marketingový plán aktivít SACR a účasti na veľtrhoch a výstavách v roku 2014“ (ďalej „plán“). Návrh jednotlivých aktivít a načasovanie ich realizácie vychádzajú zo stratégiou stanovených orientácií na cieľové trhy, produktových línií, segmentov trhu a v neposlednom rade od disponibilných finančných prostriedkov na marketing a prevádzku SACR. Zabezpečenie takto naplánovaných aktivít má v priebehu roka 2014 viesť k postupnému napĺňaniu zadaných strategických kvantitatívnych a kvalitatívnych cieľov, ktorými sú rast domáceho a aktívneho zahraničného cestovného ruchu, udržateľnosť ekonomických prínosov z CR pre národné hospodárstvo, zefektívnenie propagácie Slovenska ako priateľskej destinácie doma i v zahraničí, zvýšenie poznateľnosti značky „Slovensko“ na globálnom trhu CR a v neposlednom rade k efektívnemu osloveniu cieľových skupín na rozhodujúcich zdrojových trhoch.

Vychádzajúc z dlhodobého vývoja štatistických ukazovateľov návštevnosti Slovenska, spracovaných analýz spotrebiteľského správania na trhu, ako aj požiadaviek odbornej verejnosti a podnikateľského prostredia Slovenska, bude SACR v roku 2014 orientovať svoje marketingové aktivity na stratégiou definované primárne trhy a vybrané sekundárne trhy: Česká republika, Poľsko, Maďarsko, Ruská federácia a Ukrajina, Nemecko, Rakúsko a Slovensko – podpora domáceho cestovného ruchu (ďalej „DCR“).

Cieľom plánovaných marketingových aktivít na rok 2014 je dosiahnuť výraznejšie zvýšenie tempa rastu návštevníkov Slovenska tak zo susedných štátov (Česká republika, Maďarsko, Poľsko, Ukrajina, Rakúsko), ako aj z krajín s vysokým trhovým potenciálom (Nemecko, Ruská federácia, Spojené kráľovstvo).

Z pohľadu podpory DCR je cieľom plánovaných marketingových aktivít prispieť k lepšiemu využívaniu zariadení cestovného ruchu, najmä v mimosezónnom období, a tým k zvýšeniu príjmov z cestovného ruchu pre podnikateľské subjekty a sprostredkovane aj pre štátny rozpočet.

Z hľadiska použitia komunikačných nástrojov SACR rozdelila naplánované marketingové aktivity do 8 základných skupín:

- 1. Stratégie, prieskumy a analýzy**
- 2. Tlač, grafika, audiovizuálna a multimediálna tvorba**
- 3. Mediálne kampane a inzercia**
- 4. Propagačno-prezentačné pomôcky a predmety**
- 5. Manažment marketingových podujatí a účasť na veľtrhoch a výstavách**
- 6. Infocesty**
- 7. Medzinárodná spolupráca**
- 8. Národný portál www.slovakia.travel**

Slovenská agentúra pre cestovný ruch bude v roku 2014 pracovať s rozpočtom 4,9 mil. EUR určených na aktivity (Príloha č.1), ktoré sú podmienené úspešnou realokáciou nevyčerpaných finančných zdrojov z Opatrenia 3.1.

1. Stratégie, prieskumy a analýzy

Kapitola zahŕňa aktivity spojené so získaním potrebných odborných informácií v oblasti cestovného ruchu doma i v zahraničí. SACR v roku 2014 plánuje zakúpiť odborné analýzy zamerané na získanie podrobných informácií o nemeckom trhu (How the Germans Will Travel 2015) a americkom trhu (How the Americans Will Travel 2015), ako aj štúdií umožňujúcich rozšírenie poznatkov o nových a úspešných možnostiach propagácie a brandingu krajiny (The Paradigm Shift in Travel and Tourism, Top 10 Emerging Markets Report, Successful Destinations, Internet Marketing Report). Celkové náklady na nákup sú plánované vo výške 10.000 EUR (0,2% celkového rozpočtu).

2. Tlač, grafika, audiovizuálna a multimediálna tvorba

Ďalšou skupinou aktivít v rámci plánu na rok 2014 je tlač, grafika, audiovizuálna a multimediálna tvorba. Jej súčasťou je edičný plán pre tlač propagačno-prezentačných brožúra a máp o Slovensku, spravovanie webových stránok a profilov na sociálnych sieťach, grafické práce a multimediálne prezentácie. Edičný plán SACR na rok 2014 predpokladá tlač všeobecnej mapy Slovenska, dotlač brožúr Slovensko, Pamiatky UNESCO, Slovenské kúpele a wellness (vydané v roku 2013) a tvorbu nových brožúr Kongresový turizmus na Slovensku a Slovenská gastronómia. Spracované texty z tlačených brožúr budú zároveň tvoriť základ pre prípravu multimediálnych CD a DVD, ktoré okrem textových informácií budú doplnené o dynamické zložky v podobe všeobecných a produktových filmov, resp. spotov a interaktívnych máp. Na práce a služby spojené s prípravou tlače, grafiky, audiovizuálnej a multimediálnej tvorby plánuje SACR v roku 2014 vynaložiť 700.000 EUR, čo predstavuje

14,3% celkového rozpočtu. Patria sem aj kreatíva a grafické spracovanie kampaní, ako aj tvorba rozhlasových a TV spotov.

3. Mediálne kampane a inzercie

Zvýšenie predaja produktov cestovného ruchu a zlepšenie poznateľnosti značky Slovensko plánuje SACR podporiť realizáciou mediálnych kampaní na hlavných zdrojových trhoch (Česká republika, Poľsko, Maďarsko, Nemecko, Rakúsko, Ruská federácia a Ukrajina). Z dôvodu obmedzených finančných prostriedkov bude pre zahraničné kampane využívaná komunikácia prostredníctvom internetu (Google, YouTube) s dôrazom na jazykové mutácie a zároveň sa bude klásť vyšší dôraz na prácu so sociálnou sieťou Facebook. Kampane na podporu domáceho CR budú na základe pozitívnych výsledkov z roku 2013 realizované prostredníctvom úspešných a veľmi populárnych rozhlasových súťaží, podporených printom a on-line komunikáciou, s odkazom na národný portál www.slovakia.travel. Produktové zameranie kampaní pre konkrétne trhy je bližšie špecifikované v Marketingovej stratégii SACR na roky 2014 – 2020. Plánované náklady na domáce a zahraničné kampane vrátane uverejňovaných PR článkov a inzercie sú v objeme 1.210.000 EUR (24,7% celkového rozpočtu).

4. Propagačno-prezentačné pomôcky a predmety

V rámci tejto kapitoly SACR plánuje zabezpečiť v priebehu roka 2014 výrobu tak mobilných propagačno-prezentačných systémov pre účely vizuálnej prezentácie Slovenska, ako aj dostatočný počet pútavých a kreatívnych propagačno-prezentačných predmetov. Na tieto účely je pre rok 2014 vyčlenených v pláne 255.000 EUR, čo tvorí 5,0% celkového rozpočtu.

5. Manažment marketingových podujatí a účasť na veľtrhoch a výstavách

Najväčšia položka z celkových plánovaných nákladov, 2.336.382 EUR (47,7% rozpočtu), je tvorená skupinou Manažment marketingových podujatí, v ktorej sú plánované účasti na veľtrhoch a výstavách cestovného ruchu prostredníctvom národnej expozície, organizovanie prezentácií a road-show pre odbornú i širokú laickú verejnosť a realizácia pracovných stretnutí formou workshopov. Cieľom týchto aktivít je distribúcia informácií o možnostiach a atraktivitách cestovného ruchu na Slovensku spojená s podporou predaja existujúcich produktov cestovného ruchu.

Účasť Slovenska na medzinárodných veľtrhoch a výstavách cestovného ruchu je definovaná Plánom účasti na veľtrhoch a výstavách v roku 2014 (Príloha č.2), pričom odzrkadľuje orientáciu Slovenska na hlavné zdrojové trhy a vychádza z požiadaviek trhu. V roku 2013 sa SACR prostredníctvom národnej expozície zúčastnila celkovo na 20 medzinárodných veľtrhoch a výstavách CR a s rovnakým počtom realizácií národnej expozície počíta aj v roku 2014. SACR prostredníctvom účasti na najvýznamnejších medzinárodných veľtrhoch a výstavách CR v zahraničí priamo podporuje subjekty v oblasti CR tým, že im ako spoluvystavovateľom v národnom stánku vytvára priestor pre prezentáciu produktov cestovného ruchu.

Vzhľadom na obmedzené finančné prostriedky prihliadala SACR pri zostavovaní plánu veľtrhov a výstav na pozitívne skúsenosti z minulosti, rastúci záujem o ponuku Slovenska na danom trhu a požiadavky podnikateľskej verejnosti, resp. organizácií cestovného ruchu, na účasť na konkrétnych veľtrhoch a výstavách. Plán obsahuje významné kontraktačné B2B veľtrhy ako aj výstavy pre širokú laickú verejnosť s možnosťou prezentácie potenciálu krajiny a významných turistických regiónov.

Z teritoriálneho hľadiska je najväčšia účasť plánovaná v Nemecku, a to na 4 veľtrhoch a výstavách, čo je ovplyvnené veľkosťou trhu a jeho potenciálom. Medzi najvýznamnejšie veľtrhy z pohľadu odbornej verejnosti patria ITB Berlín, IMEX Frankfurt a RDA Kolín. Výstava CMT Stuttgart je charakteristická svojou popularitou a návštevnosťou laickej verejnosti, pričom ide o významný zdrojový región návštevníkov Slovenska.

Z okolitých krajín (Česká republika, Poľsko, Maďarsko, Rakúsko) sa SACR v roku 2014 zúčastní na najvýznamnejších a počtom návštevníkov najväčších medzinárodných veľtrhoch a výstavách, o ktoré je aj zo strany odbornej verejnosti na Slovensku mimoriadny záujem: Holiday World Praha, GTT Gdaňsk, Utazas Budapešť a Ferien Messe Viedeň.

Na rusky hovoriacich trhoch (Ruská federácia a Ukrajina) sa SACR zúčastní na najprestížnejších podujatiach. Pred letnou turistickou sezónou to budú MITT Moskva a UITT Kyjev a pred zimnou turistickou sezónou Otdykh/Leisure Moskva a IUTM Kyjev.

SACR zabezpečí účasť aj na veľtrhoch a výstavách cestovného ruchu v krajinách, ktoré síce nespádajú do primárnych zdrojových trhov Slovenska, ale sú podmienené významným nárastom záujmu o ponuku Slovenska, ako MATKA Helsinky (Fínsko), TUR Göteborg (Švédsko), participáciou na spoločných projektoch v rámci medzinárodnej spolupráce krajín V4, ako ITB Asia (Singapur), COTTM Peking (Čína), resp. vysokým kreditom týchto podujatí z pohľadu odbornej verejnosti, ako WTM Londýn (Spojené kráľovstvo) a EIBTM Barcelona (Španielsko).

Okrem účasti na veľtrhoch a výstavách cestovného ruchu plánuje SACR na 6 primárnych zdrojových trhoch prostredníctvom svojich zahraničných zastúpení organizovať prezentácie a workshopy pre odbornú verejnosť (cestovné kancelárie a médiá) i širokú laickú verejnosť. Jednotlivé prezentácie budú tematicky zamerané na produktové línie v súlade s Marketingovou stratégiou SACR na roky 2014 – 2020. Na tieto aktivity je v pláne na rok 2014 vyčlenených 340.650 EUR z plánovaného rozpočtu Manažmentu marketingových podujatí.

6. Infocesty

Ako podporné marketingové aktivity spojené s prezentáciou ponuky produktov CR Slovenska bude SACR v roku 2014 využívať infocesty a poznávacie študijné cesty pre zástupcov cestovných kancelárií (touroperátorov) a médií prioritne z hlavných zdrojových trhov (Česká republika, Poľsko, Maďarsko, Nemecko, Rakúsko, Ruská federácia a Ukrajina). Zároveň v rámci spolupráce zoskupenia krajín V4 sa bude spolupodieľať na zabezpečovaní infociest aj pre účastníkov zo vzdialených trhov (Brazília, Čína, India, USA). Jednotlivé infocesty budú tematicky zamerané na produktové línie definované pre konkrétne trhy v Marketingovej stratégii SACR na roky 2014 – 2020 a termínovo budú nadväzovať na prebiehajúce kampane, resp. ako post-tours po významných prezentáciách, veľtrhoch a výstavách. Objem plánovaných nákladov na infocesty je pre rok 2014 vo výške 120.000 EUR (2,5% rozpočtu).

7. Medzinárodná spolupráca

Prostriedky plánované na medzinárodnú spoluprácu v roku 2014 pokrývajú členské príspevky v medzinárodných organizáciách a zároveň pokrývajú náklady na zmluvné zastúpenia na trhoch, kde SACR pôsobí v rámci zoskupenia V4 (USA, Čína). Vytvorenie zmluvného zastúpenia na vzdialených trhoch vyplýva zo záväzkov SACR v rámci spolupráce krajín V4. Na pokrytie nákladov v rámci medzinárodnej spolupráce SACR v roku 2014 vyčlenila 106.040 EUR (2,2% z celkového rozpočtu).

8. Národný portál cestovného ruchu www.slovakia.travel

Za účelom čo najefektívnejšej prezentácie atraktivít a možností cestovného ruchu Slovenska SACR v rámci plánovaných aktivít čoraz viac kladie dôraz na moderné prezentačno-informačné technológie. Pre tento účel bol v roku 2005 vyvinutý a spustený do prevádzky národný portál cestovného ruchu www.slovakia.travel, ktorý sa stal komplexným informačným centrom pre

účastníkov cestovného ruchu z domova i zo zahraničia. V dôsledku potreby prispôsobenia rozvíjajúcim sa moderným informačným technológiám (smartfóny, tablety) plánuje SACR na rok 2014 jeho aktualizáciu. Plánované náklady spojené s aktualizáciou národného portálu slovakia.travel pokrývajú redizajn portálu, prevádzku, aplikačnú podporu a rozvoj systému, rozširovanie funkcionalít, licenčné poplatky spojené s on-line službami, textami, prekladmi a korektúrami do všetkých jazykových mutácií a prostriedky spojené so zabezpečením systémových a aplikačných modulov od tretích strán. Celkové náklady na modernizáciu a prevádzku národného portálu slovakia.travel sú na rok 2014 plánované vo výške 160.000 EUR (3,3% z celkového rozpočtu).

SACR sa bude prioritne venovať propagácii Slovenska ako celoročnej destinácie CR na zahraničných trhoch a podporu DCR bude riešiť formou kooperácie s OOCR a KOOCR. Podporu DCR ponechá vo väčšej miere v kompetencii OOCR a KOOCR, ktoré účelovo čerpajú finančné prostriedky zo štátneho rozpočtu. SACR podporí OOCR a KOOCR formou personálneho poradenstva a poskytnutím odborného know-how.

Detailný plán jednotlivých aktivít v členení podľa druhu aktivity, názvu podujatia, termínu a miesta konania s predbežným odhadom finančných prostriedkov je obsahom prílohy č. 3, ktorá je priložená v samostatnom súbore pod názvom „Detailný marketingový plán aktivít SACR 2014“.

Všetky uvedené a popísané aktivity vytvárajú Marketingový plán aktivít SACR a účasti na veľtrhoch a výstavách v roku 2014. Ich realizácia vo vybraných teritóriách je predpokladom dosiahnutia splnenia marketingových cieľov a v konečnom dôsledku aj dosiahnutia samotnej vízie postavenia Slovenska na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

Príloha č.1

Marketingový plán aktivít SACR v roku 2014 (sumárny prehľad kategórií a aktivít)			
Kategória	Aktivita	Plánovaný rozpočet po aktivitách	Plánovaný rozpočet po kategóriách
Stratégie, prieskumy a analýzy	Prieskumy a analýzy	10 000,00 €	10 000,00 €
Tlač, grafika, audiovizuálna a multimediálna tvorba	Tlač	310 000,00 €	700 000,00 €
	Grafika	120 000,00 €	
	Videotvorba	110 000,00 €	
	Web	50 000,00 €	
	Multimediálna tvorba	110 000,00 €	
Mediálne kampane a inzercia	Inzercia, Reklama, Mediálne kampane	1 210 000,00 €	1 210 000,00 €
Propagačno-prezentačné pomôcky a predmety	Propagačno-prezentačné pomôcky a predmety	255 000,00 €	255 000,00 €
Manažment marketingových podujatí	Veľtrhy a výstavy	1 966 432,00 €	2 336 382,00 €
	Prezentácie	340 650,00 €	
	Konferencie	29 300,00 €	
Infocesty	Infocesty	120 000,00 €	120 000,00 €
Medzinárodná spolupráca	Medzinárodné organizácie	31 040,00 €	106 040,00 €
	Zahraničné zastúpenie	75 000,00 €	
Národný portál www.slovakia.travel	Národný portál www.slovakia.travel	160 000,00 €	160 000,00 €
Marketingové aktivity spolu		4 897 422,00 €	4 897 422,00 €

Príloha č.2

Plán účasti na veľtrhoch a výstavách v roku 2014			
Názov podujatia	Termín podujatia	Miesto konania	Krajina
CMT Stuttgart	11.- 19.01.2014	Stuttgart	Nemecko
Ferien Messe Viedeň	16.- 19.01.2014	Viedeň	Rakúsko
Matka Helsinky	16.- 19.01.2014	Helsinky	Fínsko
ITF Slovakiaitour Bratislava	30.01.- 02.02.2014	Bratislava	Slovensko
Holiday World Praha	20.- 23.02.2014	Praha	Česká Republika
Utazás Budapešť	27.02.- 02.03.2014	Budapešť	Maďarsko
Times Travel Show New York	28.02.- 02.03.2014	New York	USA
ITB Berlín	05.- 09.03.2014	Berlín	Nemecko
MITT Moskva	19.- 22.03.2014	Moskva	Ruská federácia
TUR Göteborg	20.- 23.03.2014	Goteborg	Švédsko
UITT Kyjev	26.- 28.03.2014	Kyjev	Ukrajina
COTTM Peking	09.- 11.04.2014	Peking	Čína
GTT Gdansk	11.- 13.04.2014	Gdansk	Poľsko
IMEX Frankfurt	20.- 22.05.2014	Frankfurt	Nemecko
RDA Kolín	15.- 17.07.2014	Kolín	Nemecko
Otdykh/Leisure Moskva	16.- 19.09.2014	Moskva	Ruská federácia
IUTM Kyjev	01.- 03.10.2014	Kyjev	Ukrajina
ITB Asia Singapur	29.- 31.10.2014	Singapur	Singapur
WTM Londýn	04.- 07.11.2014	Londýn	Veľká Británia
EIBTM Barcelona	18.- 20.11.2014	Barcelóna	Španielsko