

Správa zo zahraničnej služobnej cesty

Stretnutie expertnej skupiny European Cities Marketing - TIC

25. – 27. 10. 2017, Budapešť

Cieľom tohto stretnutia bolo get together a training manažérov a pracovníkov turistických informačných centier členských miest organizácie European Cities Marketing. Zúčastnilo sa ho 80 zástupcov z 25 európskych miest, ako napr. Praha, Viedeň, Graz, Gdaňsk, Toulouse, Bilbao, Barcelona, Zaragoza, Zürich, Ghent, Janov, Brusel, Dublin či Aarhus. Moderátormi stretnutia boli predseda pracovnej skupiny TIC a riaditeľ TIC Graz Tourismus Richard Windischbacher a riaditeľka sektoru turistických služieb Visit Stockholm Sabine Dubreuil.

S. Dubreuil vo svojom krátkom úvodnom vystúpení konštatovala, že kedysi boli TIC jediným dostupným zdrojom informácií, zatiaľ čo dnes sú len jedným z mnohých zdrojov informácií a preto je potrebné, aby TIC neustále zlepšovali svoje služby a boli tak pre turistov atraktívnejšie. Pre každú DMO je dôležité mať TIC. Úlohou TIC je rozprávať príbeh mesta.

Následne sa prezentovali 3 turistické informačné centrá: Malmö, Kodaň a Barcelona.

TIC Malmö ukončilo svoju činnosť v máji 2017, aj keď jeho ročná návštevnosť predstavovala 100 000 návštevníkov. Zároveň zrušili aj svoju webstránku. Vyššie uvedené bolo dôsledkom jednoduchého turizmu a jednotvárnosti otázok – Malmö je využívané ako destinácia na 1 deň (pár hodín) pri návšteve Kodane. Informovanie turistov ponechali na domáce obyvateľstvo, ktoré hovorí 170 jazykmi, a nadobudli dojem, že miestni im lepšie poradia ako pracovníci TIC. Marketing mesta sa teraz orientuje len na sociálne siete (FCB, Twitter, atď.) a promujú sa tiež na portáloch Booking.com a TripAdvisor. Počet followerov na sociálnych sieťach im tak vzrástol o 258 %. Mesto promujú predovšetkým prostredníctvom príbehov a zážitkov. Brožúry a mapy sa však ešte vydávajú a sú dostupné len vo vybraných atrakciách a inštitúciách. TIC Malmö a jeho súčasné aktivity predstavila riaditeľka marketingu Anna Wittgren z Malmö Tourismus.

TIC Kodaň postupuje taktiež v intenciách „localhoodstva“. Miestne TIC navštívi 500 000 turistov ročne v 10 pobočkách situovaných okrem centra mesta a letiska aj v nákupných centrách, múzeách, knižniciach a v prístavnom termináli. Kodaň sama o sebe nemá veľa atrakcií, preto sa orientujú

na autenticitu a nečakané zážitky, aby si návštevníci mohli dočasne vyskúšať na vlastnej koži každodenný život miestnych ľudí. Zamestnanci TIC majú širokospektrálne znalosti – každý sa orientuje na určitú oblasť, ako napr. predmestia, umenie, vintage & second hand. Ponúkajú len tie zariadenia a miesta, ktoré oni sami poznajú. Snažia sa turistov posielat' aj mimo centra, aby nebolo centrum mesta preľudnené, s čím má mesto značný problém. Must see ich TIC je robot Ziggy, ktorý nemá špeciálnu funkciu a slúži len na priťahovanie turistov - každý sa s ním chce odfotiť. TIC Kodaň predstavil Michael Ryan Andersen, vedúci návštevníckeho centra.

TIC Catalan Tourist Board zastrešuje celú oblasť Katalánska. Pracovníci tohto centra sú školení na špeciálne úlohy, napr. ako riešiť krízové situácie a sťažnosti v súlade s princípmi EÚ, musia poznať práva spotrebiteľa, práva cestujúceho v leteckej doprave, atď. Okrem predaja suvenírov a produktov CR zabezpečujú aj službu tax refund. Peniaze turistom vracajú len v hotovosti, aby ich minuli ešte počas pobytu v meste a nie až doma. Prispôsobujú svoje služby návštevníkom podľa ich krajiny pôvodu, štatistiky o návštevníkoch poskytujú aj firmám. Firmám, ktoré sa chcú etablovať v cestovnom ruchu, zabezpečujú právne poradenstvo pri založení firmy v meste. Školia aj policajtov, aby pomáhali turistom. Katalánsky tourist board organizuje 1x ročne workshop pre 200 TIC, ktoré pracujú na území Katalánska. TIC prezentoval Pablo Ortega Novillo, manžér TIC.

Večer bola zorganizovaná návšteva budapeštianskeho TIC (jedného z dvoch, ktoré sa nachádzajú v centre mesta; ďalšie dve sú na budapeštianskom letisku). TIC Budapešť funguje čiastočne na inom princípe ako TIC Bratislava – nachádza sa v rámci neho aj zmenáreň (čo je prirodzené vzhľadom na fakt, že v Maďarsku je oficiálnou menou maďarský forint) a tiež poplatnené WC.

Jedna z prezentácií druhého dňa pod názvom 10 vecí, ktoré by ste mali vedieť o sexe a ktoré sú dôležité pre váš biznis, sa orientovala na nastavenie správneho marketingu destinácie na základe problémov, ktoré už riešil sex priemysel. Najčastejším dôvodom cestovania je sex a mnohé nové technológie boli na začiatku vyvinuté práve pre potreby sex priemyslu.

Každá prezentácia a téma podliehali diskusiám za okrúhlymi stolmi. Pracovníčky TIC BTB pracovali v oddelených skupinách, z ktorých každá mala 8 členov. Zaujímavou časťou stretnutia bol vedomostný kvíz o Európe z rôznych oblastí ako napr. história, veda, film, šport, geografia, atď., vďaka ktorému sme zistili

ako prevyšujeme kolegov z ostatných európskych miest vo vedomostiach, ktoré patria k základnému spoločenskému prehľadu.

V Bratislave, dňa 31.10. 2017

Spracovali:

Eva Mazuchová

Monika Výbochová

Sabina Šperglová

Jana Kačalová

