

Správa zo služobnej cesty

11. stretnutie Visitor Experience Expert Meeting Antverpy 21. - 22.11. 2024

BTB je členom pracovnej skupiny Visitor Experience, ktorá pôsobí v rámci organizácie City Destinations Alliance. Stretnutia v belgických Antverpách sa zúčastnilo celkom 79 zástupcov zo 48 európskych miest. Bratislavu zastupovali vedúca TIC BTB Eva Mazuchová a samostatná odborná referentka TIC Monika Štefunková.

Hlavnými témami tohtoročného profesijného dvojdňového stretnutia boli výzvy v oblasti zvyšovania kvality poskytovaných služieb, motivácia pracovníkov TIC, ako aj zatraktívnenie interiérového dizajnu TIC s cieľom lepšieho predaja produktov.

Stretnutie otvorili predsedníčka pracovnej skupiny Visitor Experience Esther Virto a Claire Mertens, výkonná riaditeľka Visit Antwerp, ktorá zároveň stručne predstavila svoju organizáciu. Hneď na začiatku spoločne udelili ocenenie Hostmanship Award 2024 pracovníčke TIC Villnius Erike Antakove za poskytovanie excelentných služieb návštevníkom nad rámec svojej pracovnej náplne, budovanie vzťahov medzi pracovníkmi a návštevníkmi, ako aj za prácu na digitalizácii TIC.

Miestne **informačné centrum Het Steen** nám predstavil jeho riaditeľ Ruud Tiebos. Pôvodne sa nachádzalo v blízkosti radnice, no pred 3 rokmi sa presťahovalo do súčasných veľkorysých priestorov vo vlastníctve mesta. Predtým ho navštívilo cca. 200 000 návštevníkov, teraz okolo 450 000. 50% návštevníkov tvoria miestni obyvatelia, 70% návštevníkov sem príde za konkrétnym cieľom, predtým prichádzali skôr náhodne. Na niekoľkých poschodiach návštevníci nájdu zaujímavú interaktívnu výstavu Antwerp Story venovanú dejinám mesta a jeho atrakciám, 4 zasadacie miestnosti (ich prenájom je dôležitý zdroj príjmu), reštauráciu a prístavný terminál pre lode. Interaktívnu výstavou sprevádzajú pracovníci TIC, nie oficiálni sprievodcovia a keďže zo strany zahraničných návštevníkov o ňu nebol záujem, ponúkajú ju už len pre miestnych a vždy je jej kapacita naplnená. Ročne ju navštívi 25 000 osôb a 60% vstupeniek sa predá v TIC.

Samotné TIC nie je štandardne usporiadané, tvoria ho 3 malé pultíky pre pracovníkov, ktoré sú obklopené regálmi s predajným sortimentom. Nakoľko sa do TIC vstupuje až 3 rôznymi vchodmi, je veľmi ťažké zachytiť návštevníkov, venovať sa im, radiť pri výbere suvenírov a dohliadať zároveň aj na tovar. Súčasný systém sa im neosvedčil, pracovníkmi nebol dobre prijatý, a preto už po tretíkrát **pristupujú k reorganizácii priestoru** s tým, že na jednu stranu umiestnia regály so suvenírmi a na druhú stranu len informačné pulty. Priestor tak bude vizuálne rozdelený na dve časti. TIC ponúka veľký výber lokálnych a dizajnových suvenírov a regionálnych špecialít, no platiť sa tu dá len kartou. Aby priblížilo svoju ponuku návštevníkom a zvýšilo predaj pomerne drahých produktov, pravidelne organizuje bezplatné ochutnávky a zároveň ponúka 20% zľavu na nákup. TIC, samozrejme, ponúka návštevníkom aj ďalšie základné služby a v spolupráci s miestnymi cestovnými agentúrami organizuje aj 4 rôzne typy prehliadok mesta.

V TIC Het Steen sa **zameriavajú predovšetkým na kvalitu ponúkaných služieb a tovarov, nie na počet návštevníkov**. Cieľom je zvýšiť hrdosť obyvateľov na mesto a ich zapojenie do diania v meste. Používajú aj dotazník spokojnosti – krátky je tlačенý, dlhý dostupný cez QR kód. Navyše, pracovníci TIC 2-krát ročne skontrolujú všetky odporúčané

partnerské miesta v rámci mystery shoppingu. Využívajú aj služby 200 dobrovoľníkov, ktorí nosia malý odznak a pomáhajú turistom priamo v uliciach. Nemajú presne stanovené miesta ani časy, každý ší to prispôsobuje svojim možnostiam. Cieľom je spontánna a autentická pomoc turistom.

Vedúca informačného centra v Helsinkách Mari Somero priblížila prítomným dopad vojny na Ukrajine na návštevnosť mesta a samotného TIC. K najvýznamnejším dopadom patrili odliv ruských turistov, prerušenie obchodných spoluprác s ruskými CK, prílev utečencov z Ukrajiny aj Ruska (náhly značný nárast prenocovaní), predĺženie letov z ázijských krajín do Fínska o 7 a viac hodín (zákaz preletu lietadiel nad Ruskom) a následný pokles turistov z týchto krajín. Pre TIC to navyše prinieslo aj riziko umiestňovať v priestore mapy a brožúry v ruskom jazyku, rusky hovoriaci personál už nebol potrebný, vznikol nárast počtu dopytov od utečencov. Po vstupe do NATO sa však zvýšil počet turistov z USA a Nemecka, pretože sú už považovaní za bezpečnú krajinu.

Kolegovia z **Amsterdamu** nám priblížili ich TIC, ktoré sa zameriava najmä na predaj suvenírov a turistických kariet. Sídli na železničnej stanici, ročná návštevnosť je cca. 450 000 osôb. V minulosti prevádzkovali v meste 3 informačné centrá s celkovou ročnou návštevnosťou 1 mil. osôb. Pôvodne predávali množstvo rôznych suvenírov, no bolo to časovo a priestorovo náročné, preto zmenili biznis plán, zmenšili plochu informačného centra a predajne a orientujú sa už len na lokálne a regionálne suveníry a produkty so vzťahom k mestu. Snažia sa tým odlíšiť od ponuky ostatných suvenírových obchodov v meste. Prevádzkovali aj e-shop, no pre nerentabilitu ho zrušili. Najväčšmi sa predávajú digitálne turistické karty, fyzické karty sa na celkovom predaji podieľajú len 20%-mi. Ročný obrat TIC predstavuje cca. 1 mil. €. Amsterdam & Partners sa usilujú vytvoriť pre mesto čo najlepšiu reputáciu, a to spoluprácu business sektoru, lokálnych a návštevníkov.

Pokračovali sme zaujímavou prednáškou, ktorú viedol Hans Rietveld z ONEDESIGNSTUDIO, odborný poradca pri navrhovaní interiérov so zameraním sa na čo najvyšší zisk z predaja produktov v priestore TIC. Rozsiahlymi prieskumami bolo dokázané, že väčšina klientov vždy po vstupe do priestoru zabočí doprava, najprv si pozrie mapy a suveníry a až potom si pýta informácie. Preto sa aj priestory TIC snažia organizovať tomto duchu a umiestňovať suveníry na pravú stranu a informácie na ľavú stranu od hlavného vstupu. Príklad Amsterdamu ako pilotného projektu už prevzali aj Antverpy. Visit Catalonia pripravuje nové informačné centrum, ktoré bude sídliť v budove historického múzea v Barcelone. Ako hlavné body pri dizajnovaní TIC si stanovili: totálna prístupnosť, mobilný nábytok a rozdelenie priestoru na relaxačnú zónu, samoobslužnú zónu a pult s osobnými informáciami.

Nasledovala prezentácia nového **pop-up informačného centra s predajňou v holandskom mestečku Breda**. Mesto má 95 000 obyvateľov, no ročne privíta až 14 mil. návštevníkov. Prvé TIC bolo otvorené v roku 1969 v blízkosti železničnej stanice, po pandémie sa presťahovali do centra mesta. Okrem toho prevádzkovali aj malé mobilné informačné centrá, aby boli bližšie návštevníkom, no bol o ich služby nízky záujem, preto tento projekt ukončili a sústredili sa na jedno hlavné TIC. Predávajú len lokálne suveníry a preferujú mladý personál. Priestor majú vybavený digitálnymi obrazovkami, hlásičom požiaru...

Inšpiratívne postrehy z prezentácií, workshopov a okrúhlych stolov

- V roku 2024 sa **podiel cestujúcich vlakom v Európe** zvýšil o 35 % a preto je dôležité mať TIC aj na vlakových staniciach.

- **Katalánsko** – podľa prieskumu 63% návštevníkov preferuje tlačené mapy a brožúry a 56% nevie/nehce používať moderné technológie. 71% informácií sa stále podáva osobne.
- **Barcelona** – turistickí sprievodcovia vzdelávajú návštevníkov ako sa meste správať, čo robiť a čo nie, cieľom je podporiť miestnu produkciu, reštaurácie a služby a zmierniť tak napätie medzi domácimi a turistami.
- **Bruggy** – vyškolenie nového profesionálneho sprievodcu CR trvá až 3 roky.
- **Brusel**
 - bezplatné mapy sa dajú získať len v hoteloch, v TIC ich predávajú za symbolické 1 €, ostatné brožúry sú drahšie (obmedzujú plytvanie)
 - vo svojich mapách nemajú reklamy
 - akokoľvek propagujú mesto, každoročne evidujú pokles návštevníkov.
- **Düsseldorf** – predávajú vstupenky na kultúrne podujatia po celom Nemecku, nie len na tie v meste; navyše ak si ich kúpia v TIC, je to lacnejšie než online (veľa klientov).
- **Cantabria** – v regionálnom TIC minulý rok zrušili tlač všetkých máp a brožúr a nahradili ich QR kódmi, no vzhľadom na dopyt a sťažnosti ich museli začať tlačiť znovu.
- **Göteborg** – neorganizujú žiadne pravidelné prehliadky.
- **Norimberk**
 - DMO Congress- und Tourismus Zentrale
 - v roku 2023 evidoval 3,5 mil. prenocovaní
 - 70% návštevníkov TIC tvoria zahraniční turisti
 - počas pandémie pre úsporu nákladov 1 TIC zatvorili
 - vzhľadom na nárast návštevníkov po pandémie otvorili minulý rok ďalšie TIC, a to priamo v historickom centre v hrazdenom dome s reštauráciou a ponukou remeselných suvenírov, TIC však ponúka len základný servis a otvorené je v mesiacoch apríl – október, od stredy do soboty (10:00 – 15:30), dá sa tu platiť len kartou.
- **Oslo** – Visit Oslo vkladá najviac úsilia do tvorby obsahu na webe a sociálnych sieťach, chcú čo najlepšie pripraviť svojho budúceho návštevníka na návštevu Osla.
- **Kodaň** – zber dát si zabezpečuje vysielaním dobrovoľníkov na veľké podujatia.
- **Štuttgart a Mníchov** – počas UEFA EURO 24 nebol zo strany futbalových fanúšikov záujem o turistické informácie, prehliadky mesta, suveníry ani mestské karty, naopak pri organizácii veľkých kultúrnych podujatí mali ich návštevníci záujem aj o prehliadky, mestské karty a atrakcie daného mesta.

Na záver podujatia bolo vyhlásené **budúcoročné hostiteľské mesto – litovský Vilnius**, ktorý bol vyhlásený za zelené európske hlavné mesto roku 2025.

Bratislava, 5.12. 2024

Eva Mazuchová

Monika Štefunková.....

FOTOPRÍLOHA

Spoločná fotografia všetkých účastníkov pred TIC Het Steen a pracovníčky TIC BTB



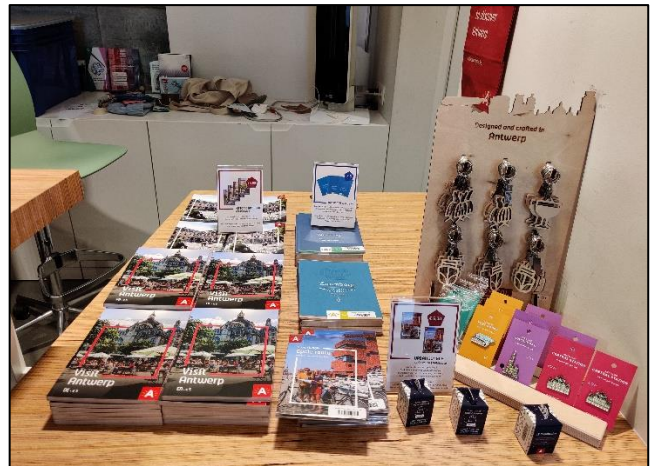
Prezentácie s príkladmi dobrej praxe



Workshopy



Turistické informačné centrum na hlavnej železničnej stanici



Turistické informačné centrum Het Steen v centre mesta

