

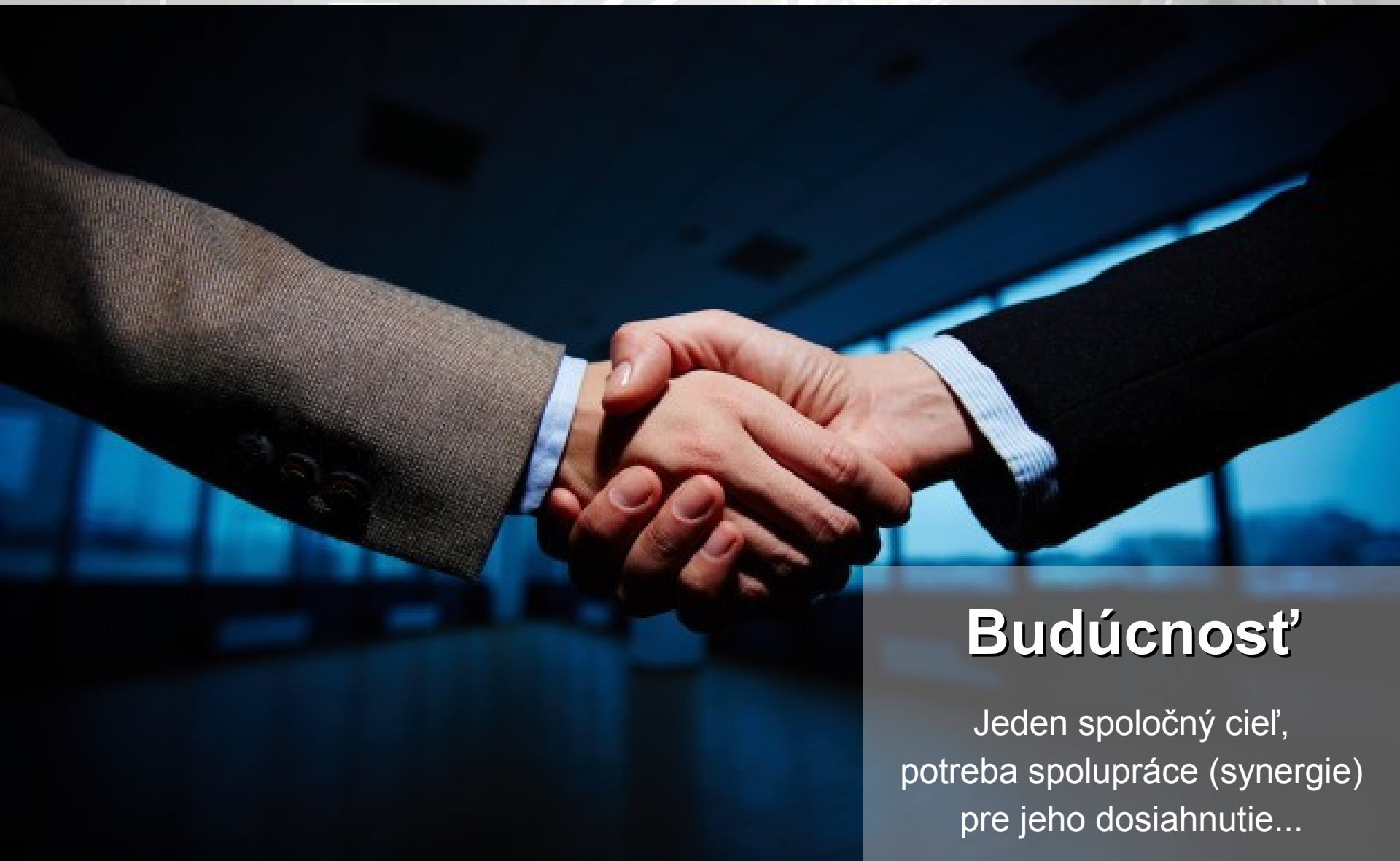
Spoločná propagácia Slovenska a viac synergie v destinačnom marketingu

**25. výročie vzniku Slovenského zväzu vidieckej turistiky a agroturistiky
PARK HOTEL Hokovce, 12.10.2016**



Minulost'

Jeden spoločný cieľ,
niekoľko rozdielnych
ciest (názorov) na jeho
dosiahnutie...



Budúcnosť

Jeden spoločný cieľ,
potreba spolupráce (synergie)
pre jeho dosiahnutie...

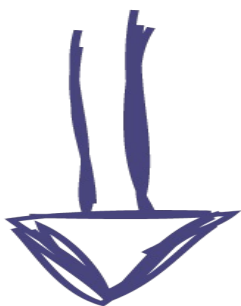
Súčasnost'

Východiská = Nápady

Marketingová stratégia SACR

Marketingové stratégie OOCR

Marketingové stratégie KOOR



Prieniky = Realizácia

Produktové zameranie

Zdrojové trhy

Cieľové skupiny

Komunikačné stratégie





Spolupráca

zlepšenie komunikácie
intenzívna výmena informácií
plánovanie s predstihom
rešpektovanie názorov
iniciatíva pri návrhoch
spoločné riešenia

Re-pozicioning



SLOVAK
TOURIST
BOARD

- profesionálny tím odborníkov,
- systém otvorenej politiky a aktívnej komunikácie,
- zlepšená spolupráca s odbornou verejnosťou,
- efektívnejšie a hospodárnejšie vynakladanie finančných prostriedkov,
- skvalitnenie štátnej propagácie.

Re-branding



- **I. fáza** - zmena loga a jeho aktívne používanie v súlade s Uznesením vlády č. 52/2016,
- **II. fáza** - príprava nového konceptu komunikačnej stratégie (súčasťou je aktualizácia Marketingovej stratégie SACR na roky 2014 – 2020),
- **III. fáza** - aplikácia nového konceptu komunikačnej stratégie.

Strategy



Krátkodobá stratégia (2017 – 2018)

- geopolitická a bezpečnostná situácia,
- orientácia na **susedné štáty** (Česká republika, Maďarsko, Poľsko, Rakúsko) a **krajiny s vysokým trhovým potenciálom** (najmä Nemecko, Spojené kráľovstvo, Taliansko),
- **domáce obyvateľstvo** - prostredníctvom efektívnych nástrojov marketingovej komunikácie bude **pozitívne motivované k účasti na domácom cestovnom ruchu**,
- **prehlbovanie spolupráce** s organizáciami cestovného ruchu na Slovensku (OOCR, KOOCR) a v zahraničí (medzinárodné organizácie a zahraniční partneri).

Dlhodobá stratégia (2019 – 2020)

- progresívne **zvyšovanie rastu počtu hostí z primárnych trhov a získavanie návštevníkov z „nových“ sekundárnych trhov**,
- **posilnenie postavenia Slovenska** na geograficky vzdialenejších trhoch s významným, resp. vysokým trhovým potenciálom pre cestovný ruch (Benelux, škandinávské a pobaltské krajiny, Španielsko, USA, Japonsko, Čína, Južná Kórea),
- **posilnenie existujúcich zahraničných zastúpení SACR** (najmä v Nemecku, Poľsku, Ruskej federácii), **zvýšenie efektívnosti fungujúcich** (USA, Čína) a snaha o zabezpečenie **otvorenia nových zmluvných zahraničných zastúpení** najmä v Spojenom kráľovstve a Škandinávii,
- spolupráca s kompetentnými organizáciami pri naplňaní funkčného mechanizmu **jednotnej prezentácie Slovenska v zahraničí**.

Spoločná propagácia Slovenska



Trenčianske Teplice



High Tatras



Spiš Castle



Košice



Bojnice



Piešťany



Banská Štiavnica



Bratislava

Slovak Karst



Veľtrhy a výstavy

Komplexná regionálna ponuka (OCR)
Partnerské regióny – sprievodný program



Prezentácie



Hlavné zdrojové trhy

Spolupráca so ZZ SACR

Zameranie na hlavné
produktové línie

Podpora regionálnej
ponuky

Kampane



Efektívne a merateľné

Využívanie najmä
sociálnych médií

Spoločné načasovanie

Vzájomné „zdieľanie“
a „tagovanie“

Infocesty



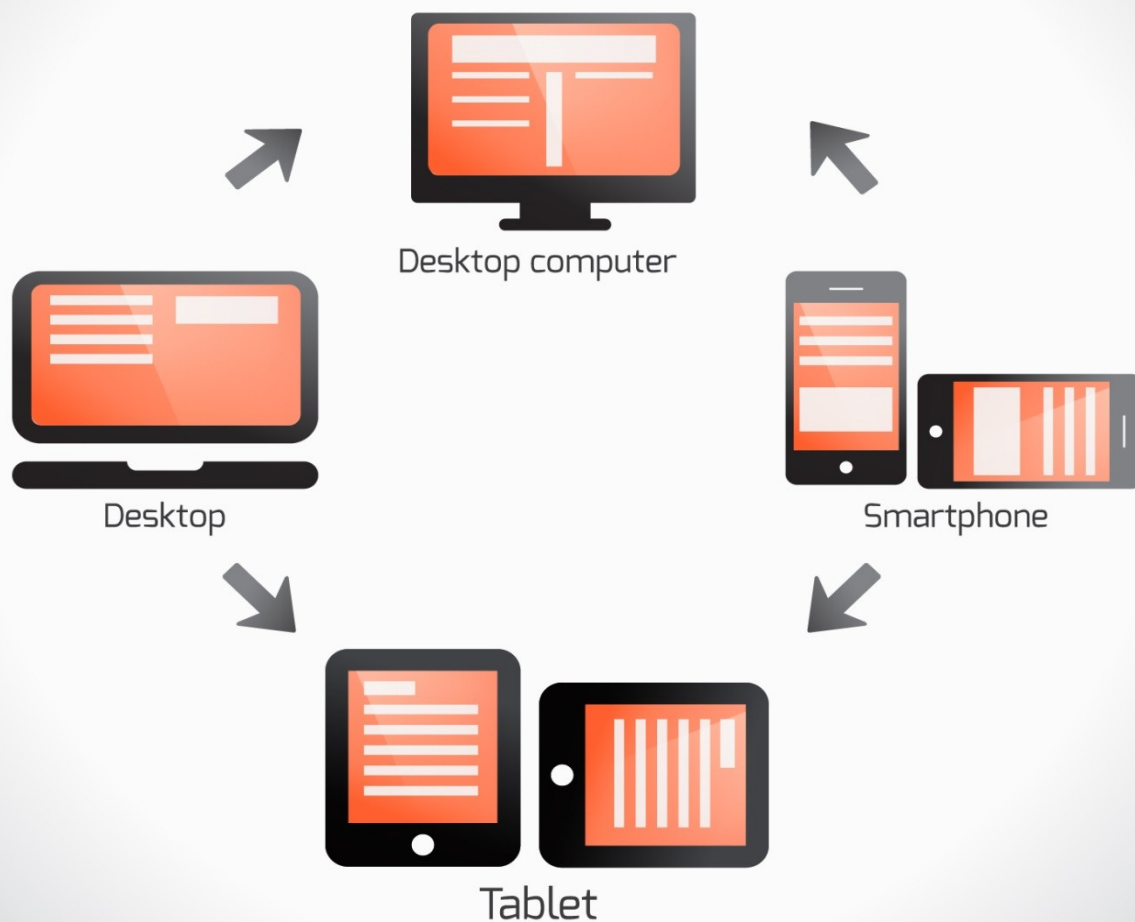
Delenie nákladov

Presná špecifikácia
požiadaviek na účastníkov

Prezentácia ponuky
produktov v regiónoch

Workshopy

Turistický informačný systém



Aplikácia

Národný portál

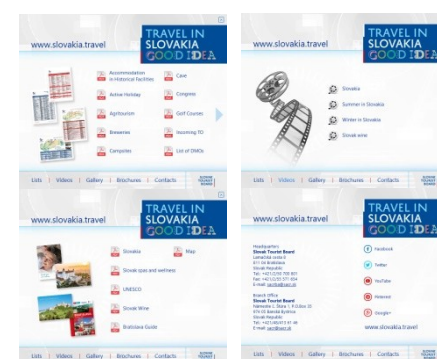
Prepojenie s portálmi na
regionálnych úrovniach

Vernostná karta ako bonus

Brožúry



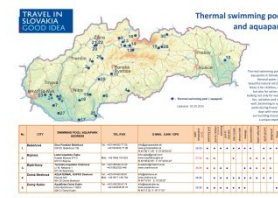
Multimediálne DVD



Mapy



Databázy



www.slovakia.travel

6 jazykov

Denná aktualizácia

Novinky, tipy, kalendár podujatí

Priame prepojenia na sociálne siete

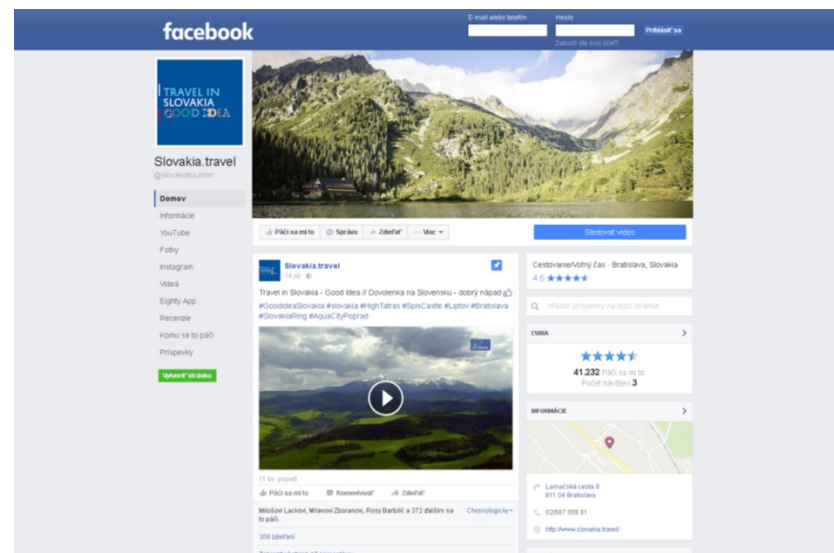
286 000 návštevníkov mesačne
(priemer 2016)

411 000 návštevníkov júl 2016



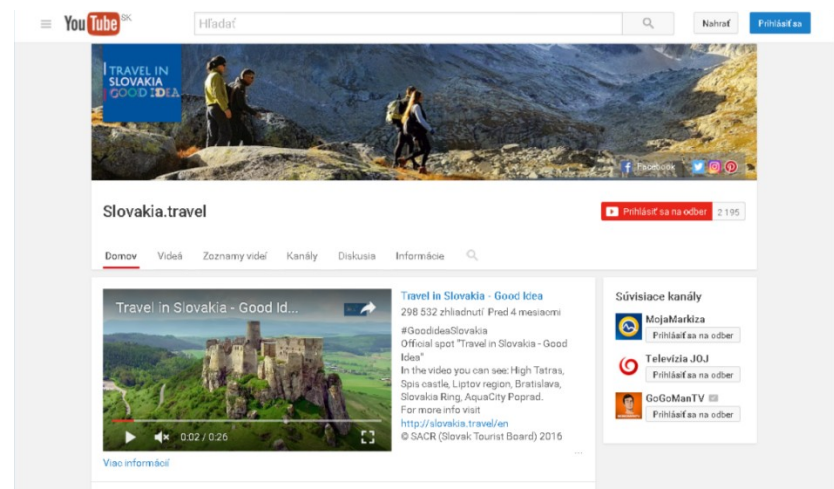
Sociálne siete

Facebook: denná aktualizácia
texty v SJ a v AJ
prepojenie s portálom



Twitter: texty v angličtine
denná aktualizácia

YouTube: reklamné spoty





www.slovakia.travel

DOVOLENKA NA
SLOVENSKU
DOBRY NÁPAD