



**BÖRZSÖNY  
KAPUJA  
KLASZTER**



**Erasmus+**

**MIKRO-ÉS  
KISVÁLLALKOZÁSOK  
MARKETING TEVÉKENYSÉGE  
A FENNTARTHATÓ  
TURIZMUSBAN**



- Turisztikai marketing
- Gyengítő faktorok
- Marketing sikere
- Marketing elemei
- Célcsoport meghatározás
- YWN fogyasztói csoportok
- Marketing mix
- Hatékony tippek



- Az utazási és turisztikai marketing **különbözik** az egyéb fogyasztói marketing gyakorlattól
- A turisztikai iparág menedzsmentje során alkalmazott marketing alapelvekkel, a fogyasztók **minőségi termékekhez és élményekhez** jutnak, és elkerülhető a felesleges és nem fenntartható termékek fejlesztése – WE.
- A turizmusban a termékek közé sorolhatók az „**élmények**”, „**ötletek**”, „**szolgáltatások**” és „**árúk**”.





- Rossz pozicionálás
- Megkülönböztetés - Mercedes
- Célcsoportok hibás meghatározása
- Kommunikációs csatornák megválasztása
- Marketing mix hibás meghatározása
- Alacsony kontaktusszám
- Marketinghez kapcsolódó szakértelem hiánya
- Ügyfelekkel kapcsolatos taktikai és stratégiai problémák



- **Teremts igényt, majd elégítsd ki!**
- A sikeres innováció alapvető forrása a mikro - és kisvállalkozásoknál dolgozók, különösképp a tulajdonos/menedzser piaci felismerése, kreativitása, tudása és tapasztalata – poszt COVID
- A lehetőség felismerésétől a termék vagy szolgáltatás előállításáig a folyamat irányítása
- Az ilyen innovatív képességek adják a turisztikai mikro - és kisvállalkozások versenyelőnyét – **Egyediség - Vendégház**



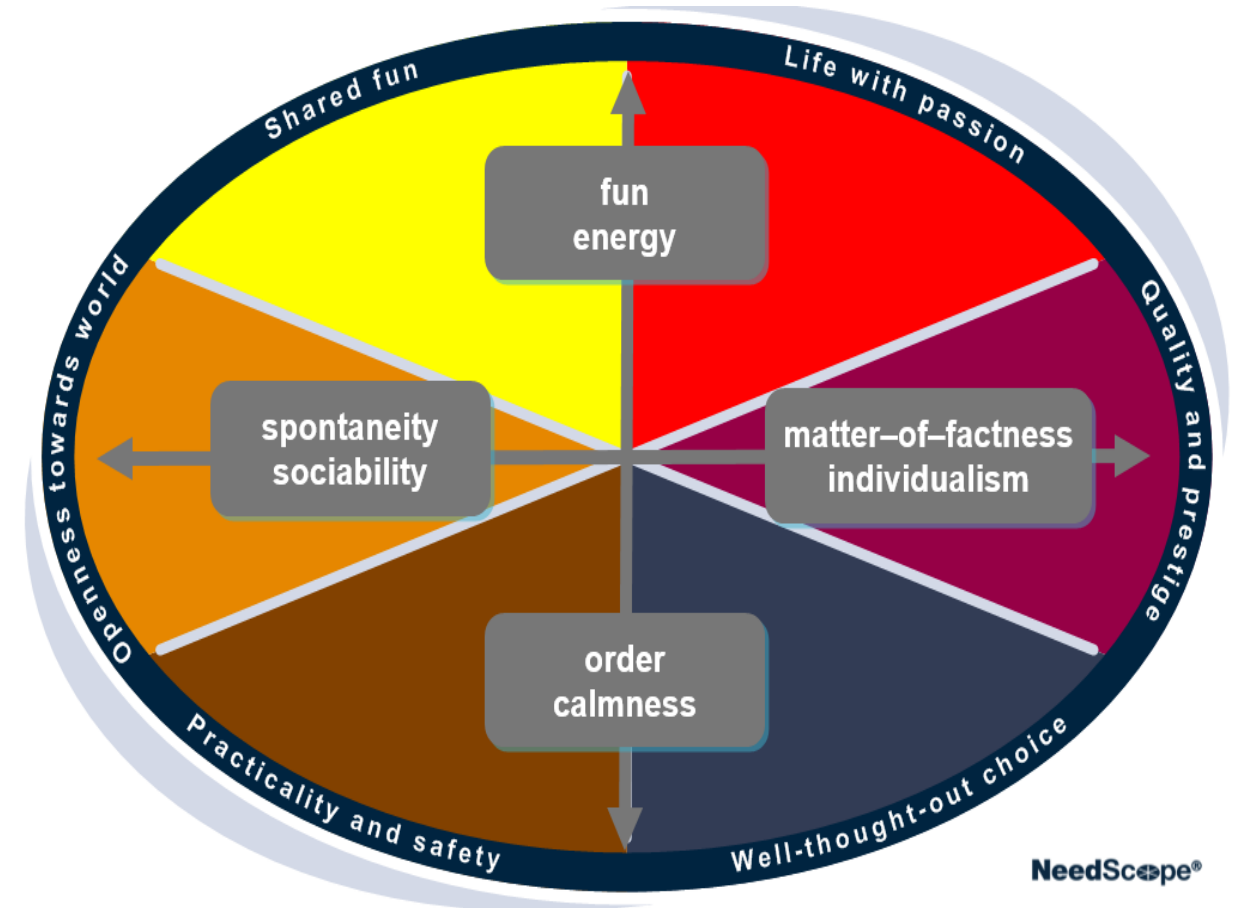
- A marketingnek négy döntő aspektusa van, amit 4P-nek hívnak: Termék (Product), Ár (Price), Reklám (Promotion) és Értékesítési hely (Point of Sale) –**Régi iskola**



**4Ps of Marketing Mix**



- Életkor, családi állapot, iskolai végzettség, munkahely, beosztás, lakóhely.... – demográfia – **Régi iskola**
- **4CS**
- **Cross Cultural Consumer Characterization**



- Új megközelítés - **YWN** mely a fiatalok, nők és netezők angol szavak kezdőbetűiből tevődik össze
- A **fiatalok** azok, akik először alkalmazzák az új **termékeket és technológiákat**, és ők határozzák meg a trendeket is
- **Információ gyűjtőkként és holisztikus vásárlókként** a nők igazából a családok menedzserei
- A **netezők társadalmi összekötők**, véleményvezérek és tartalmi közreműködők az online világban

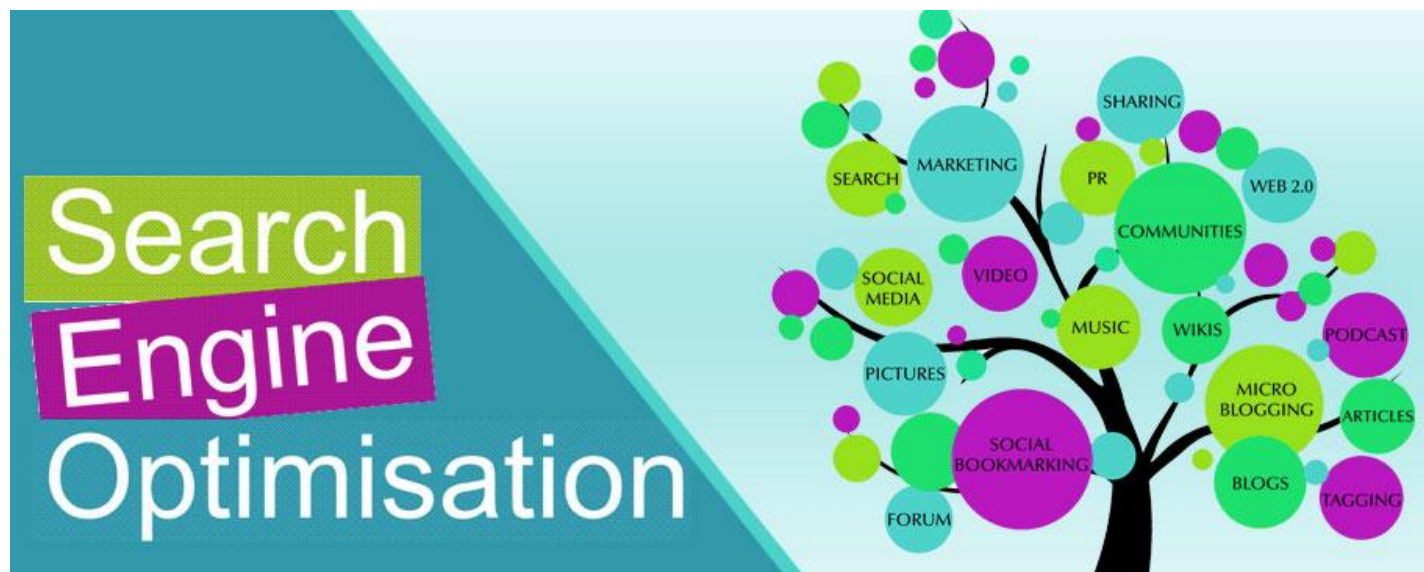




- Nem javasolt a hagyományos marketing **teljes felváltása** a digitális marketinggel, a kettőnek **egyidejűleg**, kell jelen lennie
- A digitális marketing több **akciót, eredmény, költséghatékonyságot és interakciót garantál**
- A hagyományos marketing – reklám, PR, közterület, above the line – **kontaktusszámot garantál** – Superbowl – 30sec 8mill. USD
- A jövő marketingjének a fogyasztás különböző szintjein egy **homogén online és offline mixnek** kellene lennie.



- Piackutatás
- Konkurenciaelemzés
- SWOT
- Tervezés - Célcsoportok
- Online jelenlét
- Keresőoptimalizálás
- Videós tartalmak
- Közösségi média





**KÖSZÖNÖM A FIGYELMÜKET!**

