

**PAVOL PLESNÍK**

Marketing cestovných kancelárií

# PRODUKT A DISTRIBÚCIA



# PRODUKT

Tvorí sortiment cestovnej kancelárie/agentúry

Základné vlastnosti:

- nehmotný
- neskladovateľný
- platí sa vopred.



# PRODUKT CESTOVNÝCH KANCELÁRIÍ A AGENTÚR

## Cestovná kancelária:

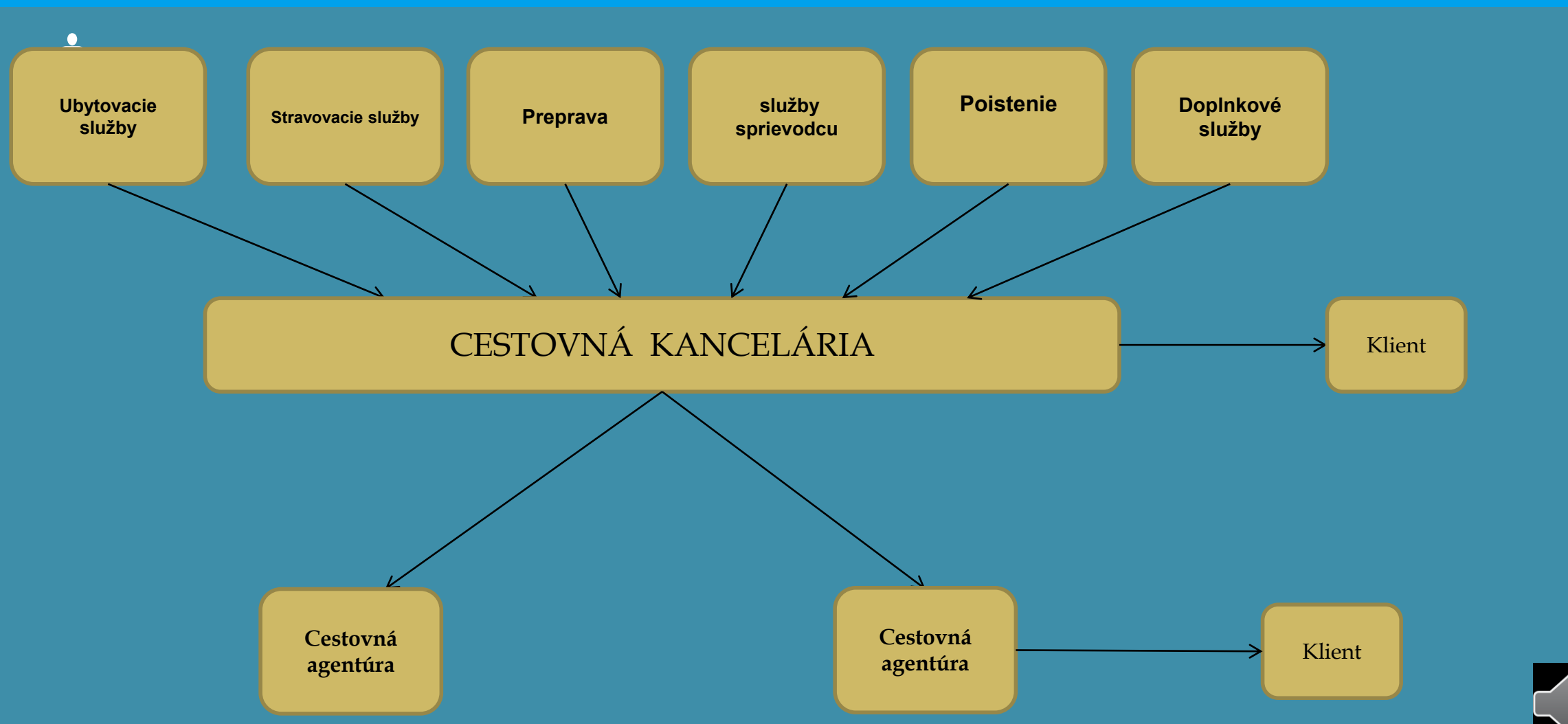
- organizovaný zájazd
- základné a doplnkové služby jednotlivo

## Cestovná agentúra:

- základné a doplnkové služby jednotlivo
- provízny predaj
- forfaitový zájazd



# Činnosť cestovných kancelárií a agentúr



# UBYTOVACIE SLUŽBY

Ide o obchodný vzťah hotel/ubytovateľ – CK/CA

Typy zmlúv:

- Komitment (garancia)
- Allotment
- Ad hoc



# EKOLOGICKY ŠETRNÉ TYPY UBYTOVANIA

V súčasnosti rastie počet zelených klientov

Cestovné kancelárie sa prisôsobujú poptávke

Rôzne typy environmentálnych certifikátov:

- Green key
- Green apple
- WTGA World Travel Green Award
- Blue flag ....



# PRÍKLAD EKOLOGICKY ŠETRNÉHO HOTELA ADRIA

- Situovaný priamo uprostred Václavského námestia v Prahe
- Ekologický prístup postavili na troch pilieroch:
  - Ekonomický
  - Environmentálny
  - Sociálny



# DOPRAVNÉ SLUŽBY

- V prípade, že CK nemá vlastný dopravný prostriedok, ide len o sprostredkovanie predaja
- CK predávajú najčastejšie letenky
- Výnimočne jízdenky na vlak, sprostredkovanie prenájmu auta a pod.





# DOPLNKOVÉ SLUŽBY

- Často bývajú kľúčovým faktorom – CK smeruje k špecializácii
- Je potrebné sledovať trh, svetové trendy poptávky
- Jedna doplnková služba má zvyčajne krátku životnosť.



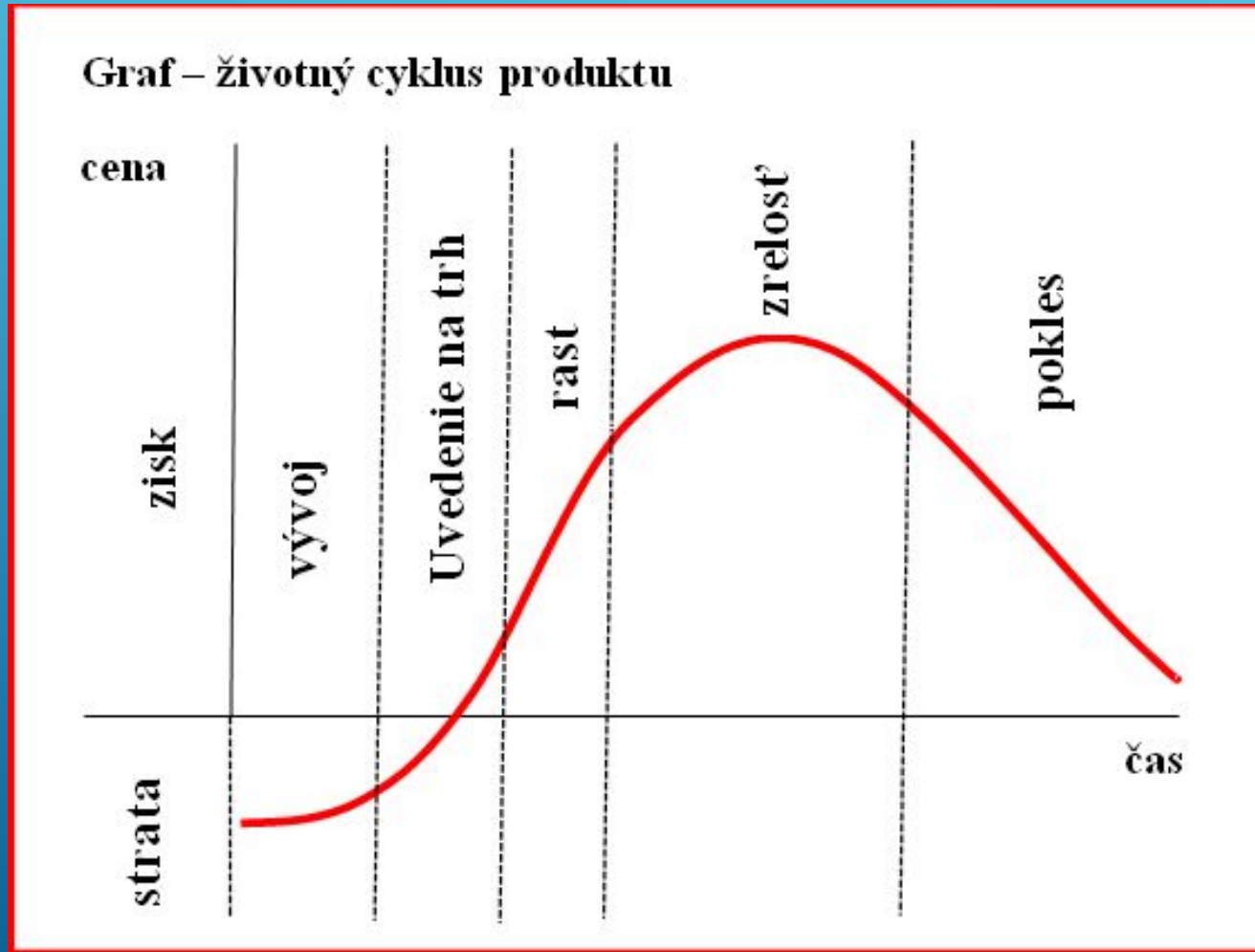
# SLUŽBY KONGRESOVÉHO CESTOVNÉHO RUCHU

Cestovná kancelária je spoluorganizátor podujatia

- Sprostredkuje ubytovanie účastníkov
- Zabezpečuje catering
- Zabezpečuje doplnkový program:
  - fakultatívne výlety
  - „ladies program“ ...



# KOMERČNÁ UDRŽATEĽNOSŤ PRODUKTU



# KVALITA PRODUKTU

Základný atribút úspešnosti CK/CA:

- CK/CA vie ovplyvniť kvalitu pri výbere služby
- Po podpísaní kontraktu má CK/CA malý vplyv na kvalitu
- ideálny stav – vlastné služby (hotel, autokar, lietadlo, sprievodca a pod.)

Každý klient vníma kvalitu inak...



# KVALITA PRODUKTU

SLUŽBA	SPOKOJNOŠŤ			NESPOKOJNOŠŤ		
	MIN	STR	MAX	MIN	STR	MAX
ČISTOTA AUTOKARU	X					X
SPRIEVODCA			X			X
PROGRAM ZÁJAZDU			X			X
SLUŽBY NAVYŠE			X	X		



# DOTAZNÍK

SLUŽBA	😊	😐	😞
Čistota			
Strava			
Personál			



# KVALITA PRODUKTU – SPÄTNÁ VÄZBA

- Sprievodca
- Dotazník, listová zásielka
- Osobný rozhovor



# TYPY KLIENTELY A ICH VNÍMANIE KVALITY

- Pedant
- Úzkostlivý
- Neprístupný
- Agresívny





# DISTRIBÚCIA (PLACE)

## Kamenná cestovná kancelária/agentúra

- Ešte veľa ľudí preferuje osobný odber
- Provízi predajcovia sú znevýhodnení
- Zvyšujú sa náklady

## Globálne distribučné systémy (GDS)

- Prístup majú len autorizované CK/CA
- Za využívanie GDS sa platí

## Internetové portály

- Relatívne najsilnejší a najlacnejší distribučný kanál
- Pri dobrom marketingu je predpoklad úspechu
- Nízke náklady



ĎAKUJEM ZA POZORNOST

