



# Digitális turizmus Székelyföldön

# Miért fontos a digitalizáció?

## Travel Bookings: Online Vs. Agency

Survey results related to online and agency travel bookings in 2022



“How do you prefer booking your travel/trips/vacations?”



“Why do you go to a travel agency to plan/book your trip?”



“What are the reasons you choose to book your vacation or trips online?”



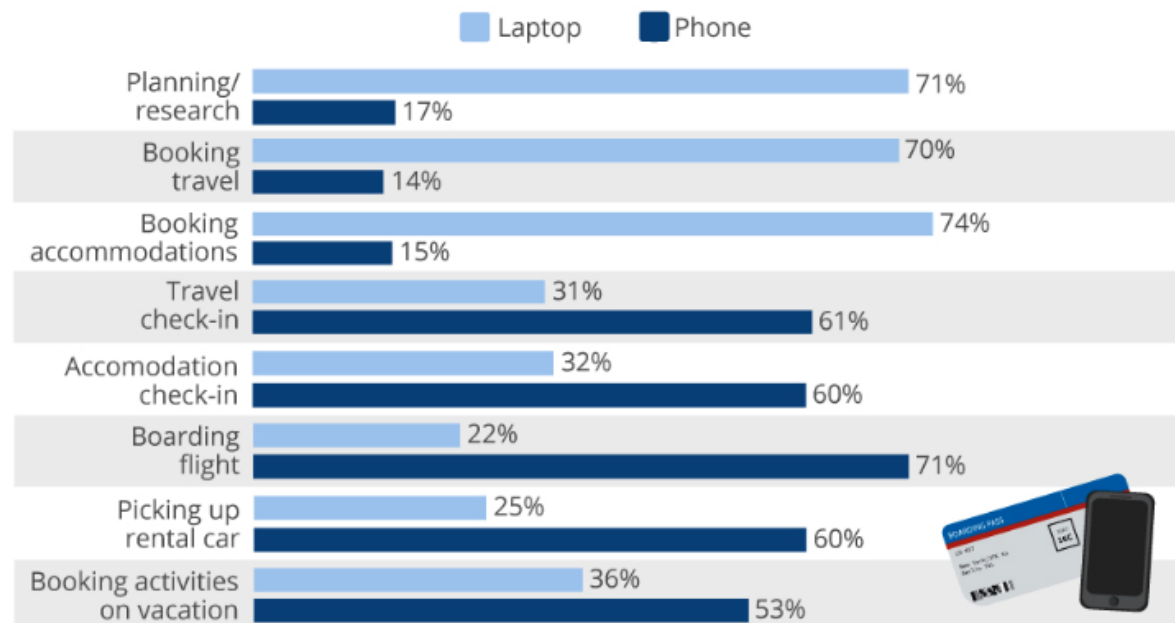
1,065 U.S. adults (18-64 y/o) conducted Feb. 14-21, 2023

Source: Statista Consumer Insights

Forrás: statista.com

## Plugging into How Travelers Use Tech

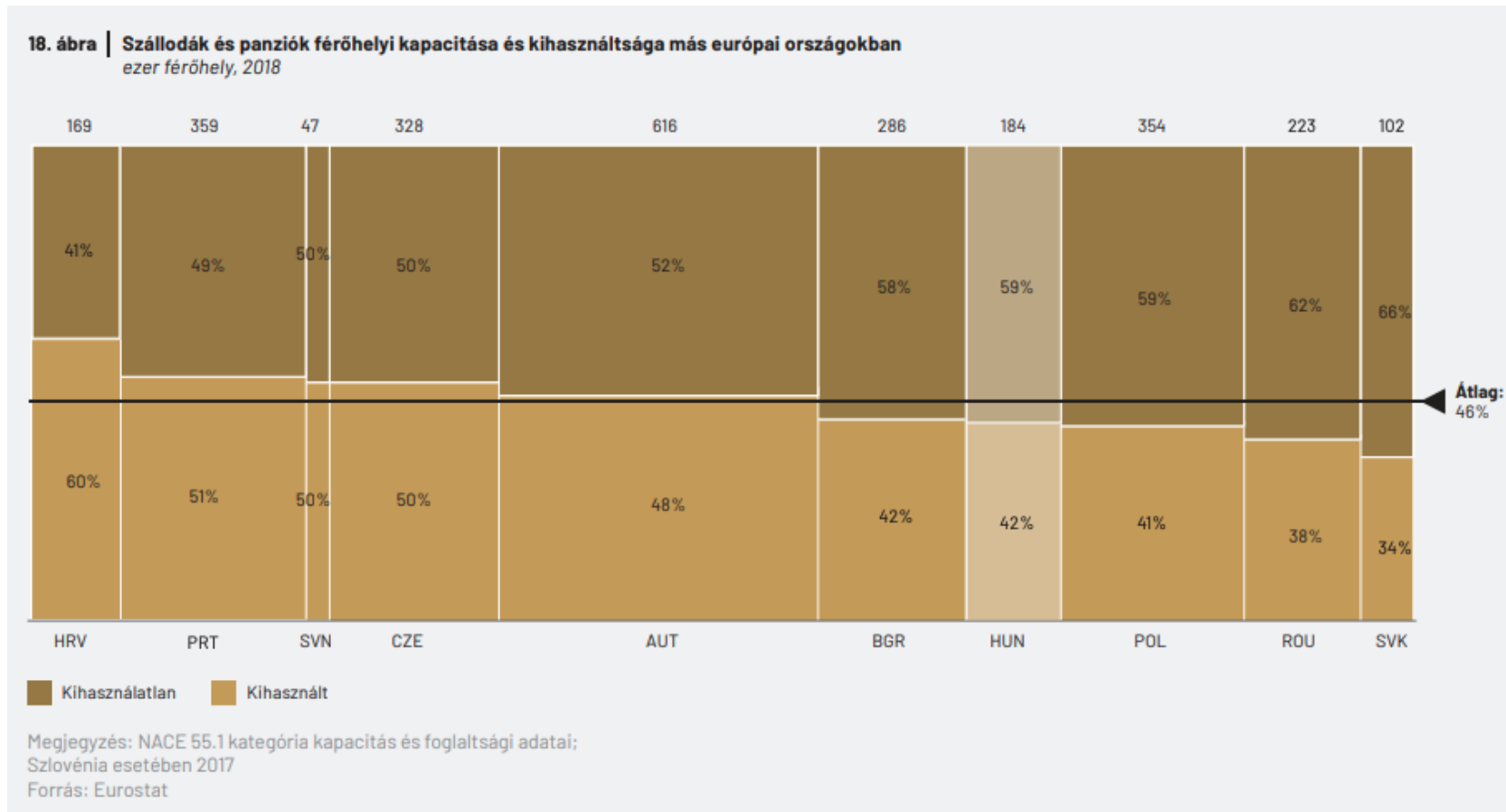
% who think each device is the most important for the following travel-related activities



Forrás: statista.com



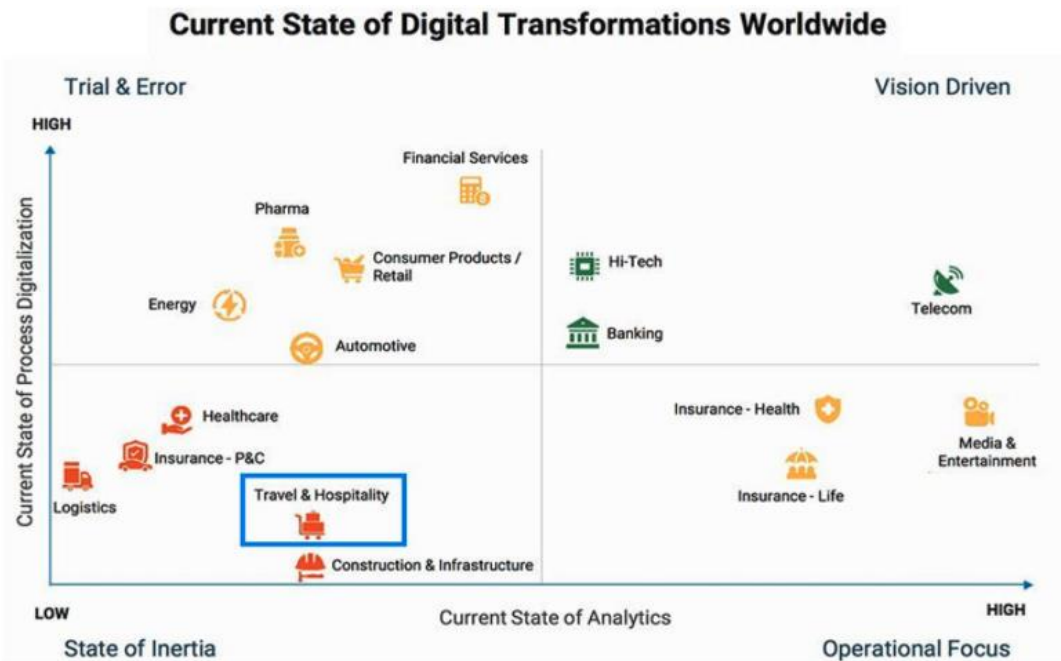
# A digitalizáció értelme a turizmusban



Forrás: MTÜ



# A digitalizáció állapota és modellje



Forrás: consultancy.org

## Digitalizáció

Online jelenlét

Üzleti folyamatok



# Online jelenlét

61. ábra | Az utazási folyamat fontosabb lépései



Forrás: MTÜ



# Online marketing

54. ábra | A célzott marketing fejlődése



**Tömegmarketing**

Hirdetõn alapul



**Szegmentáció**

Csoportjellemezõkõn alapul



**Perszonalizáció**

Egyéni viselkedésen alapul

Forrás: Szakértõ interjúk

Forrás: MTÜ

40. ábra | Versenytárs országok marketingtevékenységének összehasonlítása

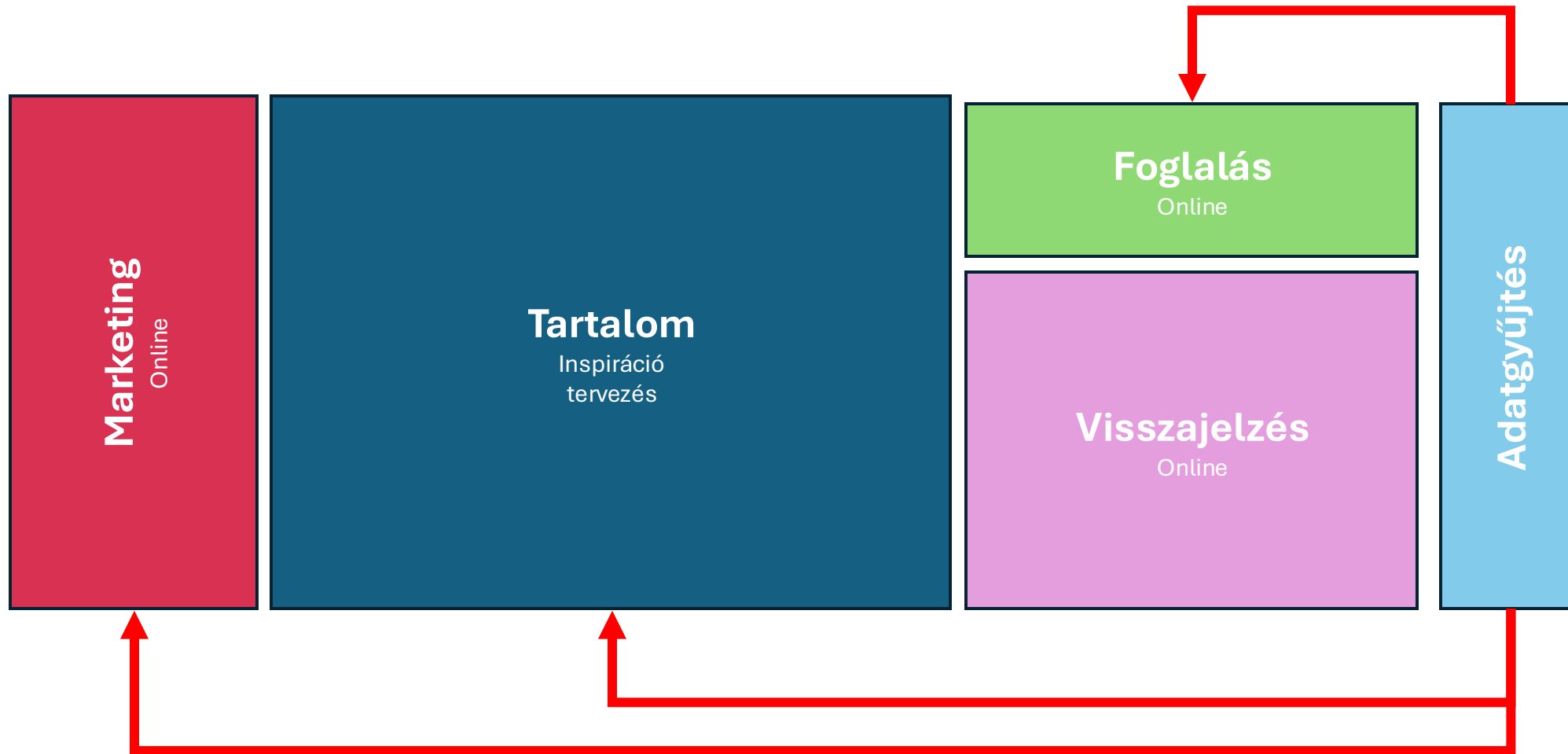
Általános	Célzott
<b>Ausztria</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cél Ausztria népszerűsítése a küldõországokban, széles kör megszólítása és ismertség terjesztése</li><li>• Az adott régiók a saját céljaiknak megfelelően fókuszáltabban kampányolnak (Karintia, Vienna kampány)</li></ul>
<b>Lengyelország</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Célcsoportra és küldõországra, valamint igényekre reagálva kialakított kampányok</li></ul>
<b>Horvátország</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Általános, ismeretség terjesztõ kampányok, ország brand kommunikálása</li></ul>
<b>Csehország</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• A marketingben a turisztikai termék a célcsoportra van szabva, de az arculat az egységes ország brandet követi</li></ul>

Forrás: Internetes kutatás, Szakértõ interjúk

Forrás: MTÜ



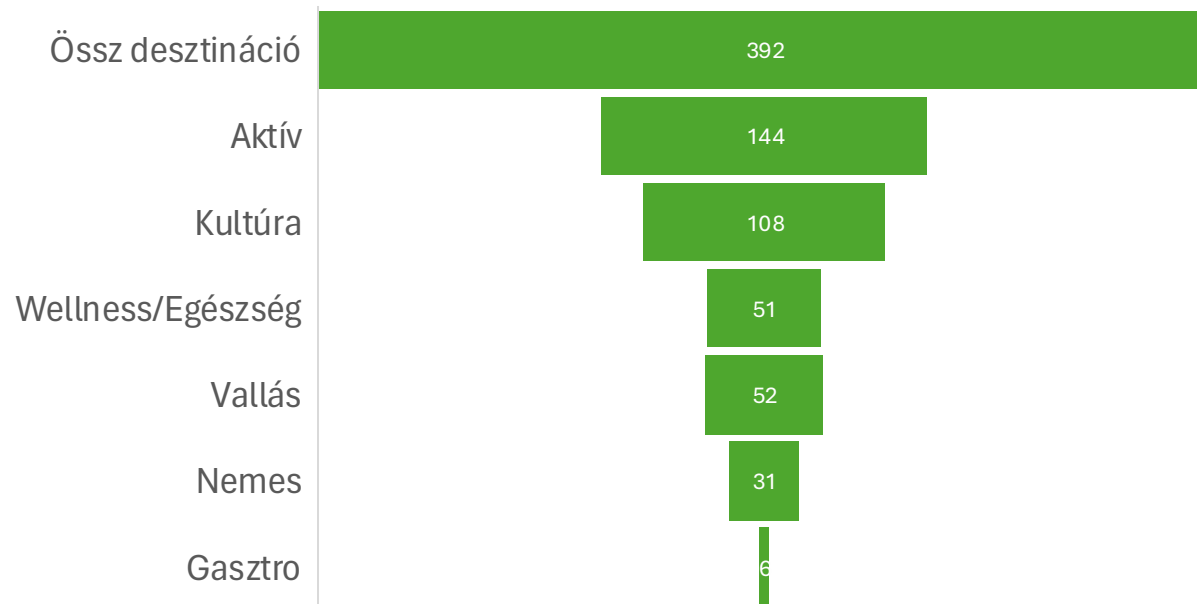
# Online jelenlét általános ökoszisztémája



# Székelyföld turisztikai desztinációi



Székelyföldi desztinációk

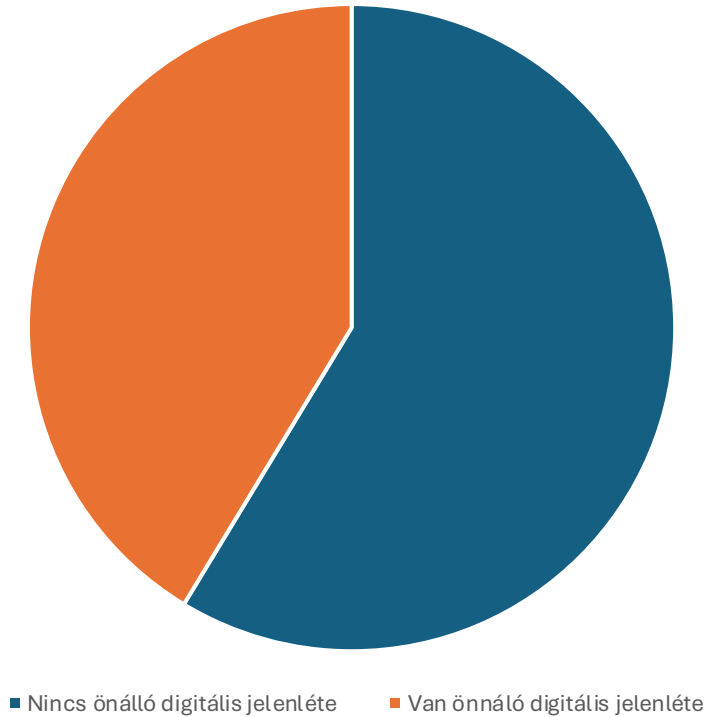




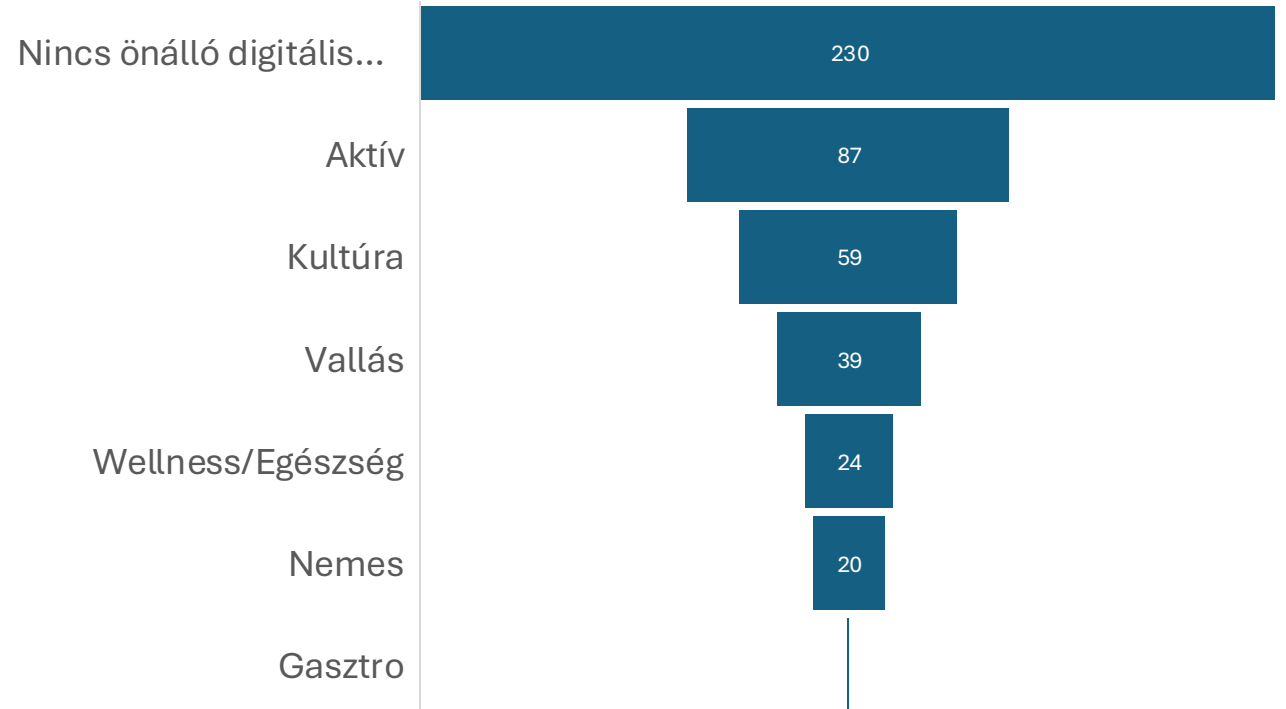
# Online jelenlét Székelyföldön

Turizmus desztinációk

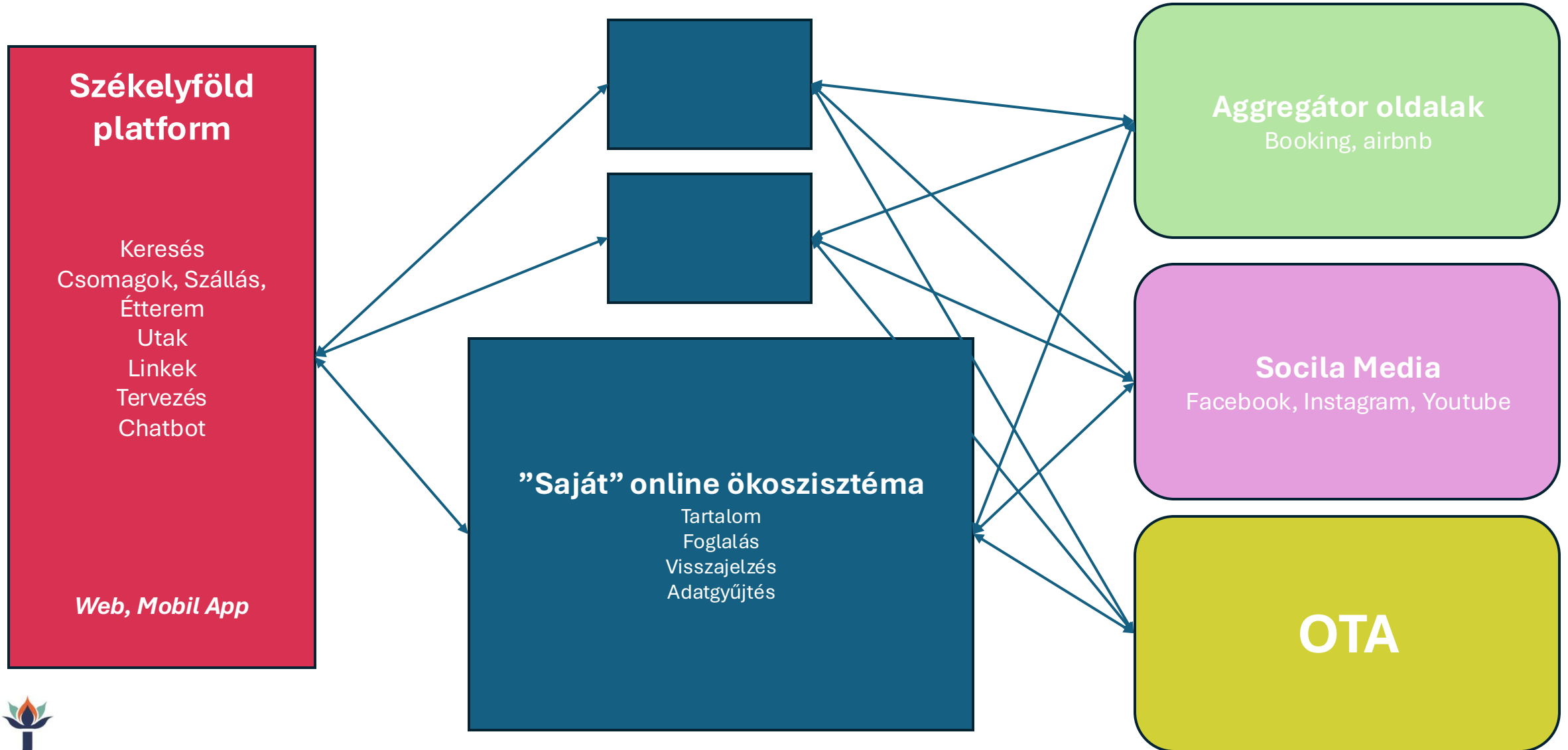
Turisztikai desztinációk online tartalma



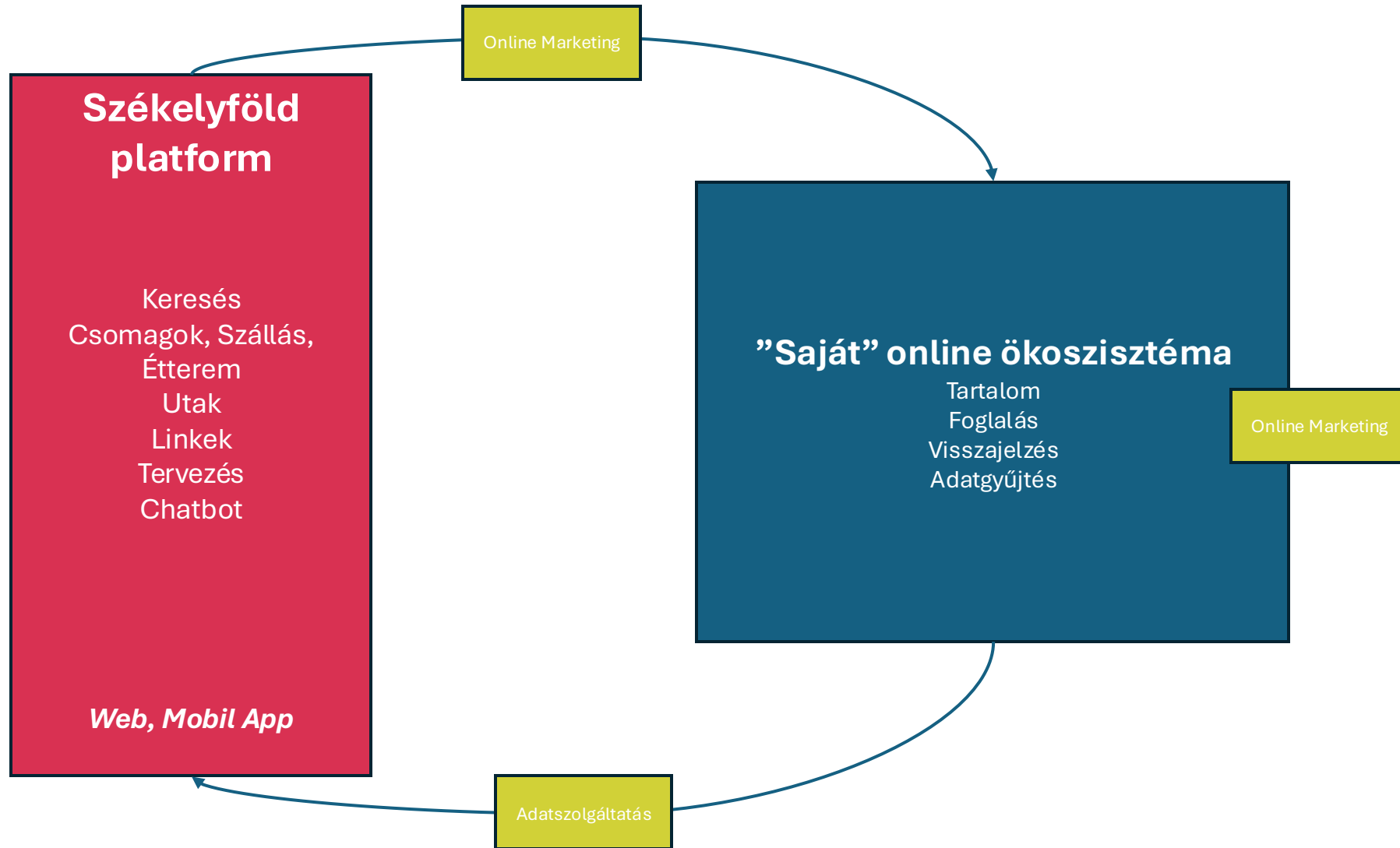
Turizmustípus szerint online “nem-jelenlét”



# Hogyan legyünk jelen az online térben?



# Hogyan jöhetnek az online térben?



# Online tartalom alapfeltételei

## Online tartalom

Többnyelvű  
tartalom

Online  
foglalás

Virtuális  
séták

Eljutás

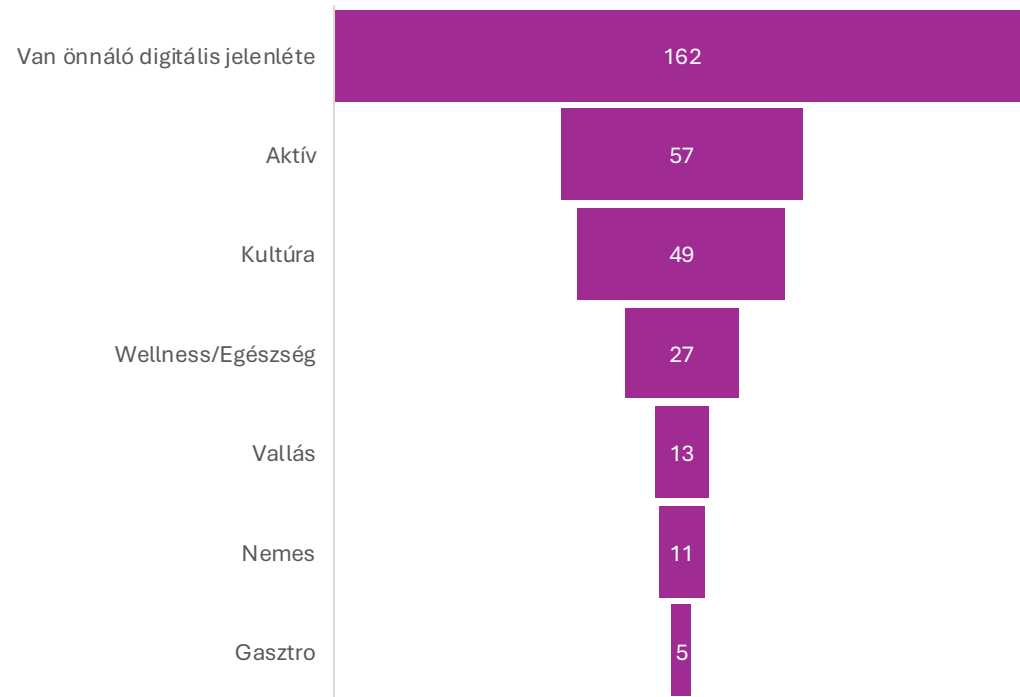
Nyitvatartás

Árak

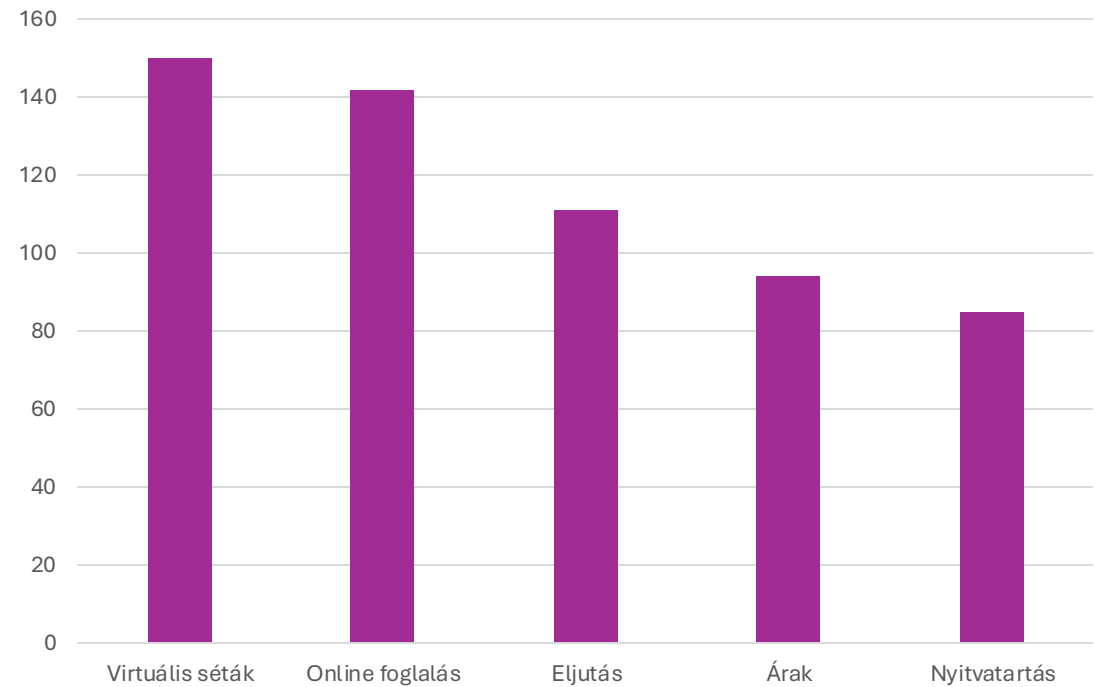


# Online tartalom alapfeltételei Székelyföldön

## Turizmus típus szerinti online jelenlét



## Hiányzó információ az online térben



# Online tartalom tervezési szempontjai

---

Többnyelvű tartalom

---

”Responsive” design – működjön minden méretű képernyőn

---

Könnyen kereshető adatok, tartalmak (kereső, filter)

---

Kevesebb szöveg, több kép/video/virtuális elem

---

Ügyfél visszajelzés aka “Customer review”

---

Árak

---

“Call-to-action”

---

Online foglalás

---

Online check-in/check-out

---

Personal assistant – AI chatbot

---

Térképintegráció

---

Analitika

---

Perszonalizáció (!)

---

Blog (indirek marketing)

---




Mobil App



# Online tartalom, de kinek?

## ROMAN'S PERSONA TEMPLATE




 <b>PICTURE &amp; NAME</b>	 <b>DETAILS</b>	 <b>GOAL</b>
<p>What does the persona look like? How is it called? Choose a realistic and believable picture and name.</p>	<p>What are the persona's relevant characteristics? For instance, demographics such as age, gender, occupation, and income; psychographics including lifestyle, social class, and personality; behavioural attributes like usage patterns, attitudes, and brand loyalty. Only state details that are relevant.</p>	<p>What problem does the persona want to solve or which benefit does the character want to gain? Why would the persona use or buy the product? If you identify more than one goal, prioritise them and state the main goal at the top.</p>

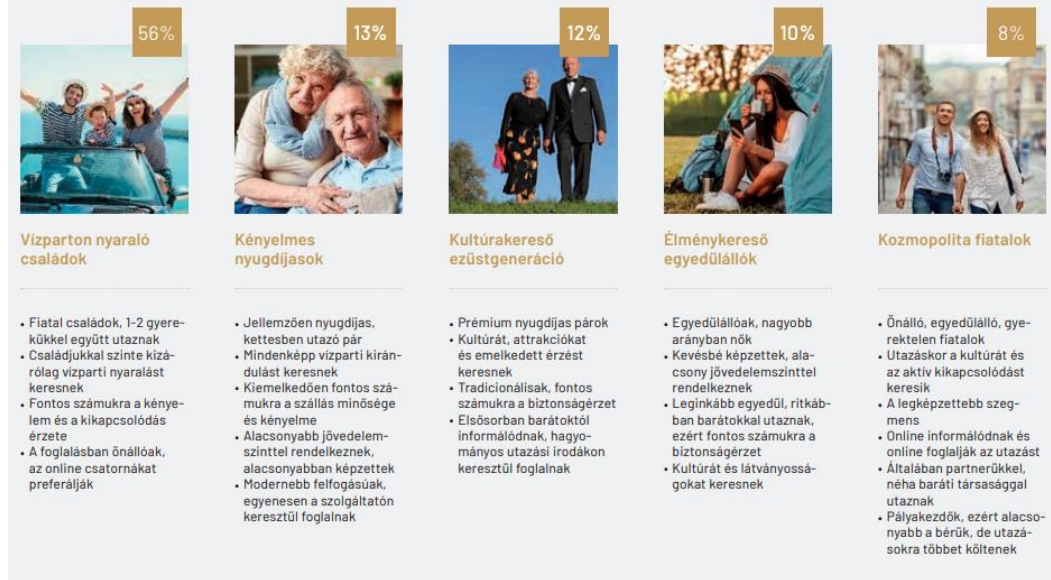
www.romanpichler.com  
Version 01/2023

This template is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 Unported license.



### 49. ábra | A Németországban azonosított turisztikai szegmensprofilok

 A TOP10 küldőországra részletes szegmensprofilok készültek el piacként, a német turisztikai szegmensprofilok illusztratív példaként szerepelnek az anyagban.



Forrás: MTÜ



# Workshop

Online tartalom tervezése checklist



Perszónák meghatározása



Üzleti folyamatok automatizálása – szabad  
eszmecsere

