

ODBUDOWA PO KRYZYSIE

WYNIKI ANKIETY

dotyczącej planowania działań
marketingu turystycznego WOT
i Warszawy



Warszawska
Organizacja
Turystyczna



Warszawska
Organizacja
Turystyczna

Warszawska Organizacja Turystyczna aktywnie wspiera swoich członków w zarządzaniu kryzysową sytuacją, które dotknęła lokalną turystykę w związku z rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-CoV-2 w Polsce i na świecie. O wszystkich prowadzonych przez nas działaniach można się dowiedzieć na naszej stronie www.wot.waw.pl

Jednym z tych działań było przeprowadzenie ankiety *Odbudowa po kryzysie – planowanie działań marketingowych WOT i Warszawy*, której wyniki przedstawiamy w niniejszej prezentacji.

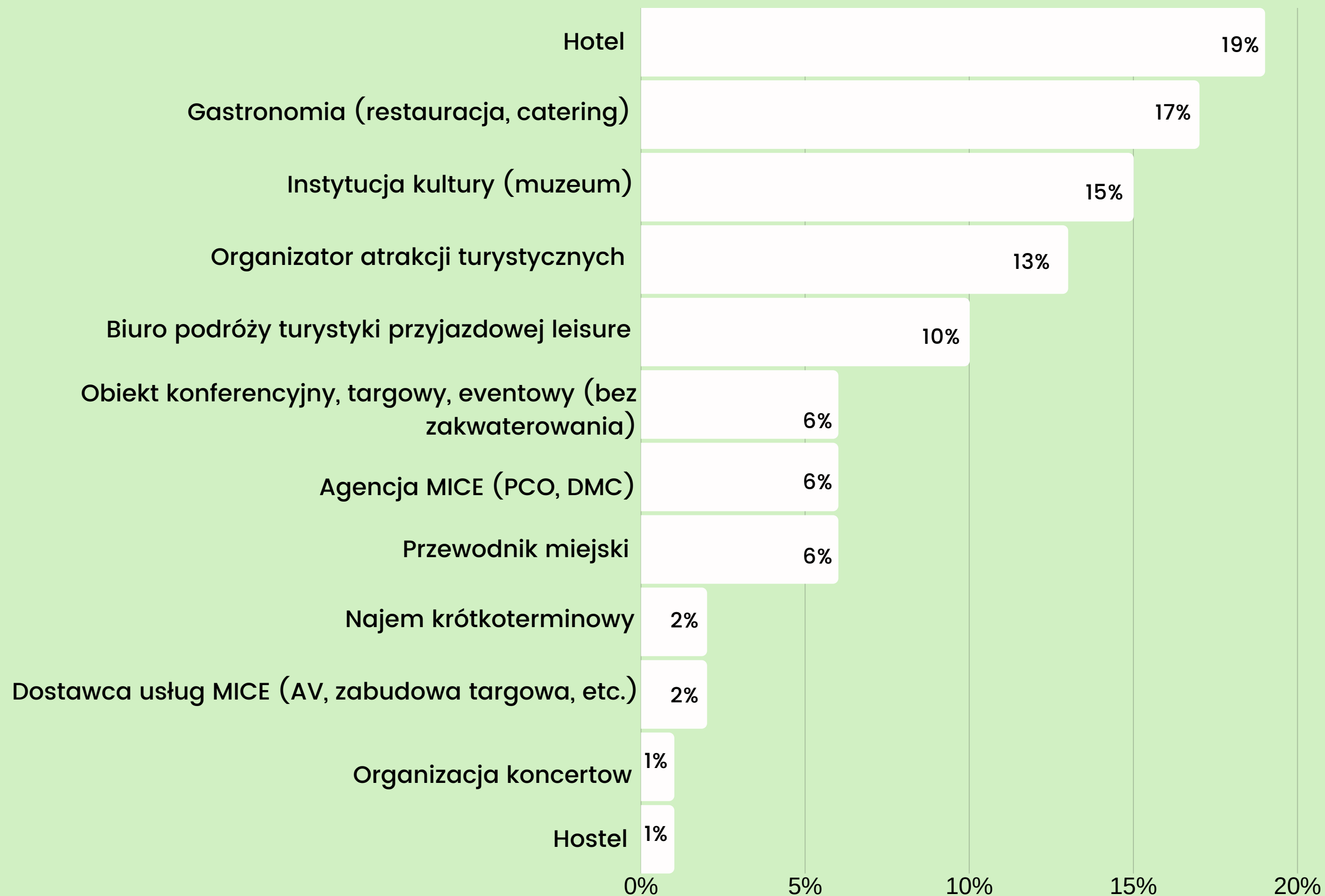
Badanie zostało przeprowadzone w formie ankiety online dostępnej na stronie WOT dla członków, ale i szerszego grona branżowego. W badaniu wzięło udział 42 respondentów reprezentujących różne sektory branży turystycznej i MICE.

Zapraszamy do zapoznania się z wynikami ankiety!



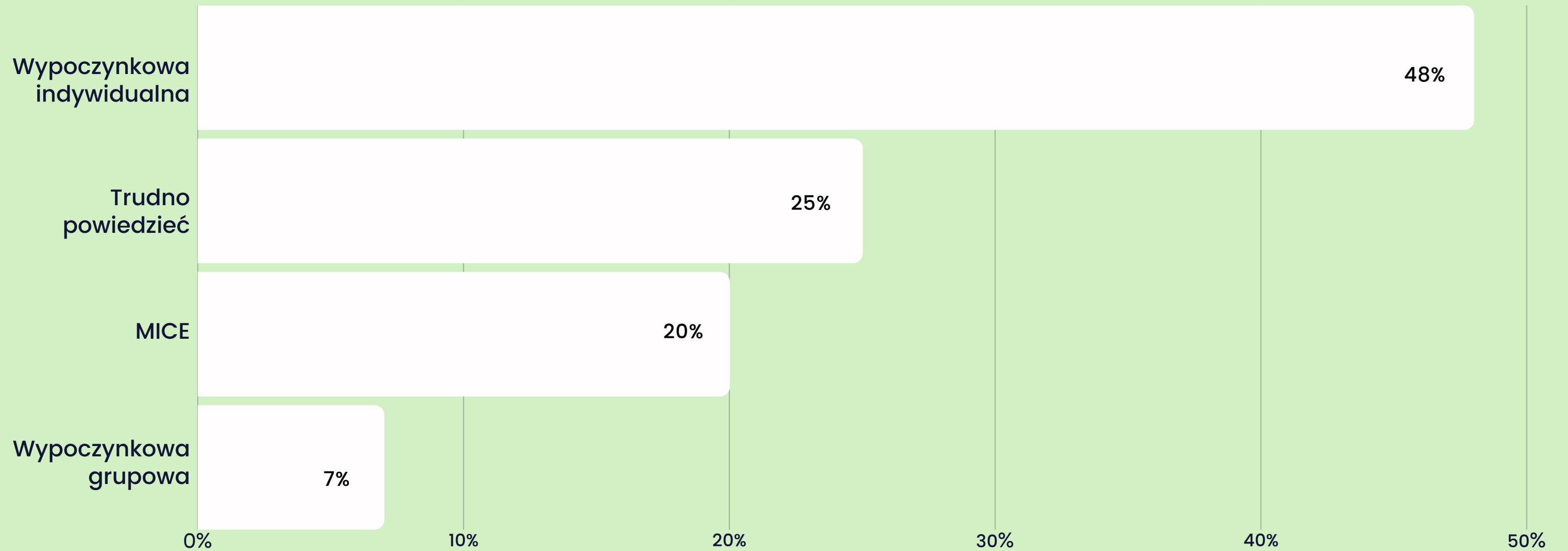
Warszawska
Organizacja
Turystyczna

PODZIAŁ RESPONDENTÓW ZE WZGLĘDU NA RODZAJ PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI





Jaki rodzaj turystyki zdaniem Pana/Pani odbuduje się szybciej?





Warszawska
Organizacja
Turystyczna

Jaki rodzaj turystyki zdaniem Pana/Pani odbuduje się szybciej?

KOMENTARZE respondentów

"Targi wymagają zdrowej gospodarki i uczestnictwa firm reprezentujących różne sektory. Targi będą tak silne, jak silne będą przedsiębiorstwa i ich chęć promocji".

Obiekt konferencyjny, targowy, eventowy (bez zakwaterowania)

"Jeśli ludzie będą w kryzysie finansowym na ostatnim miejscu w kategorii wydatków pozostaje kultura i wypoczynek".

Instytucja kultury (muzeum)

"Dużo czasu potrzeba by odbudować zaufanie do bezpieczeństwa w przestrzeniach do wypoczynku, łatwiej będzie odbudować turystykę biznesową".

Organizator atrakcji turystycznych

"Najszybciej, czyli prawdopodobnie częściowo w 2021 - mowa o turystyce przyjazdowej. Sądzę, że jest szansa na spore pobudzenie turystyki wewnątrz krajowej jeszcze w tym sezonie, zakładając, że ograniczenia skończą się do czerwca".

Biuro podróży turystyki przyjazdowej leisure

"Wewnątrz Polski - Polacy po kraju".

Organizator atrakcji turystycznych

"Każda z tych branż będzie odbudowywać się bardzo długo, conajmniej 6 miesięcy".

Gastronomia (restauracja, catering)

"Wiele osób fizycznych (na całym świecie) z różnych powodów (utrata pracy, obawa przed nawrotem pandemii, etc) może jeszcze długo wstrzymać się z podróżami. Przedsiębiorcy natomiast szukając nowych adresatów mogą być bardziej otwarci na podróże - zarówno dalsze, jak i bliższe".

Gastronomia (restauracja, catering)

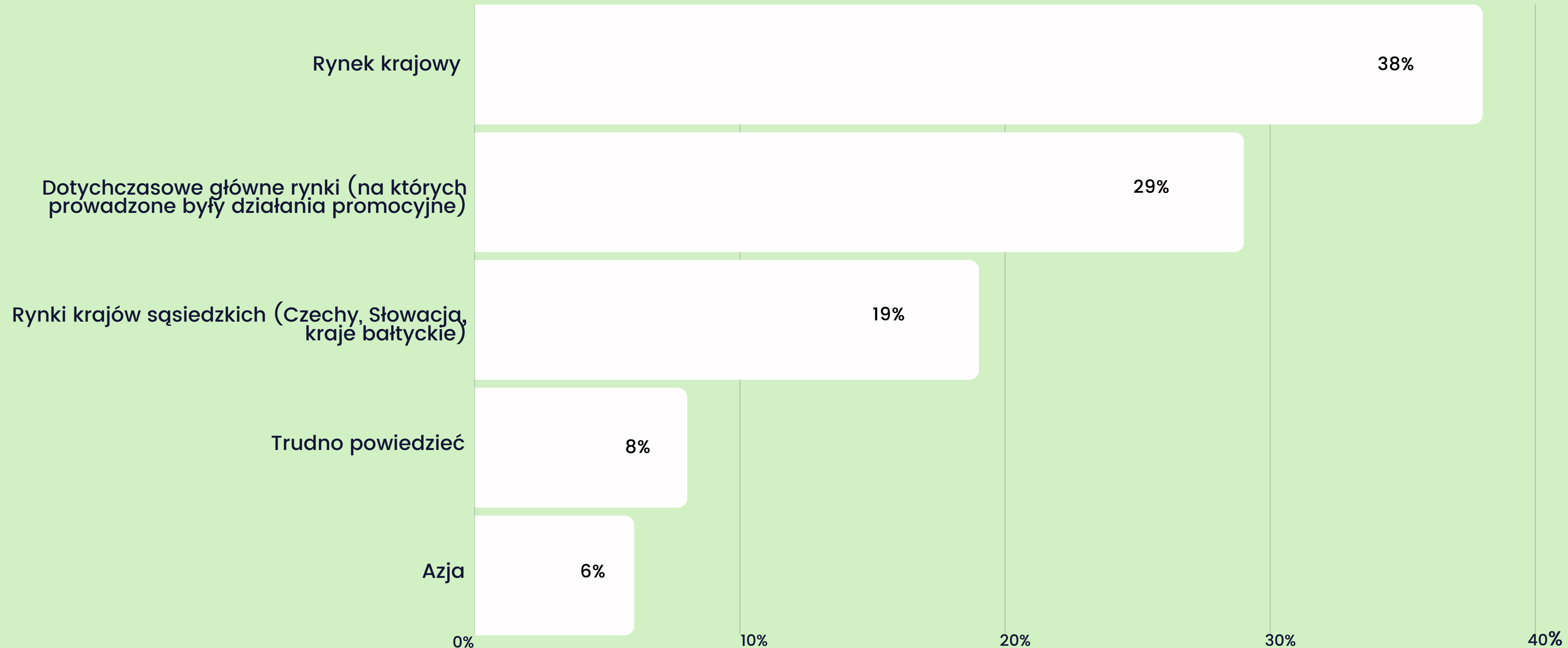
"Uzasadniamy to obserwacjami po poprzednim kryzysie; najpierw pojawiły się indywidualne bookingi, konferencje przyszły później. Ale teraz może się zadziać inaczej. Na wiosnę sporo zaplanowanych było wydarzeń grupowych, konferencji itp. które zamierzają się przenieść na jesień. ew za rok".

Hotel



Warszawska
Organizacja
Turystyczna

Na jakich rynkach (krajach) powinny być prowadzone działania promocyjne celem najsukuteczniejszej odbudowy popytu, niezależnie od profilu Państwa sprzedaży?





Warszawska
Organizacja
Turystyczna

Na jakich rynkach (krajach) powinny być prowadzone działania promocyjne celem najskuteczniejszej odbudowy popytu, niezależnie od profilu Państwa sprzedaży?

KOMENTARZE respondentów

"Zależy od segmentu rynku - Klienci indywidualni zostaną najprawdopodobniej w swoich krajach, ze względu na brak zaufania do podróży, Klient MICE lokalny będzie potrzebował więcej czasu na pokrycie strat, więc tutaj naturalne są rynki zagraniczne - jak dotychczas. UK, Niemcy, Francja, Niderlandy, Szwacaria".

Hotel

"Skandynawia"

Gastronomia (restauracja, catering)

"Trzeba wspierać teraz rodzimy rynek".

Instytucja kultury (muzeum)

"Wydaje się, że odbudowa istniejących powiązań i dotychczasowa promocja powinna być prowadzona jak najszybciej, kiedy będą do tego warunki".

Organizator atrakcji turystycznych

"Głównie kraje, z których najwięcej turystów odwiedzało Warszawę"

Instytucja kultury (muzeum)

"Najbliższe sąsiedztwo, ze względu na brak konieczności odległego przemieszczania się".

Gastronomia (restauracja, catering)

"Azja wydaje się najbardziej przygotowana. Z pewnością należy zrewidować strategię, by zobaczyć, czy utrzymanie tych samych rynków jest/ będzie zasadne".

Hotel

"Zajmujemy się rynkiem europejskim. Podróże po Europie są znacznie mniej kosztowne i nie ma strachu, że turyści zostaną bez możliwości powrotu do swojego kraju. Wszędzie jest "blisko". Na chwilę obecną to Francja i Belgia zasługuje na działania promocyjne celem najskuteczniejszej odbudowy popytu niezależnie od naszego profilu sprzedaży. Kontrahenci z w/w nacji nie anulują przyjazdów do Polski mimo zaistniałej sytuacji, a jedynie przekładają terminy. Oczywiście mam na myśli tylko sytuacje, gdy nie zostają odwołane loty kiedy to siłą rzeczy przyjazdy się anulują".

Agencja MICE (PCO, DMC)

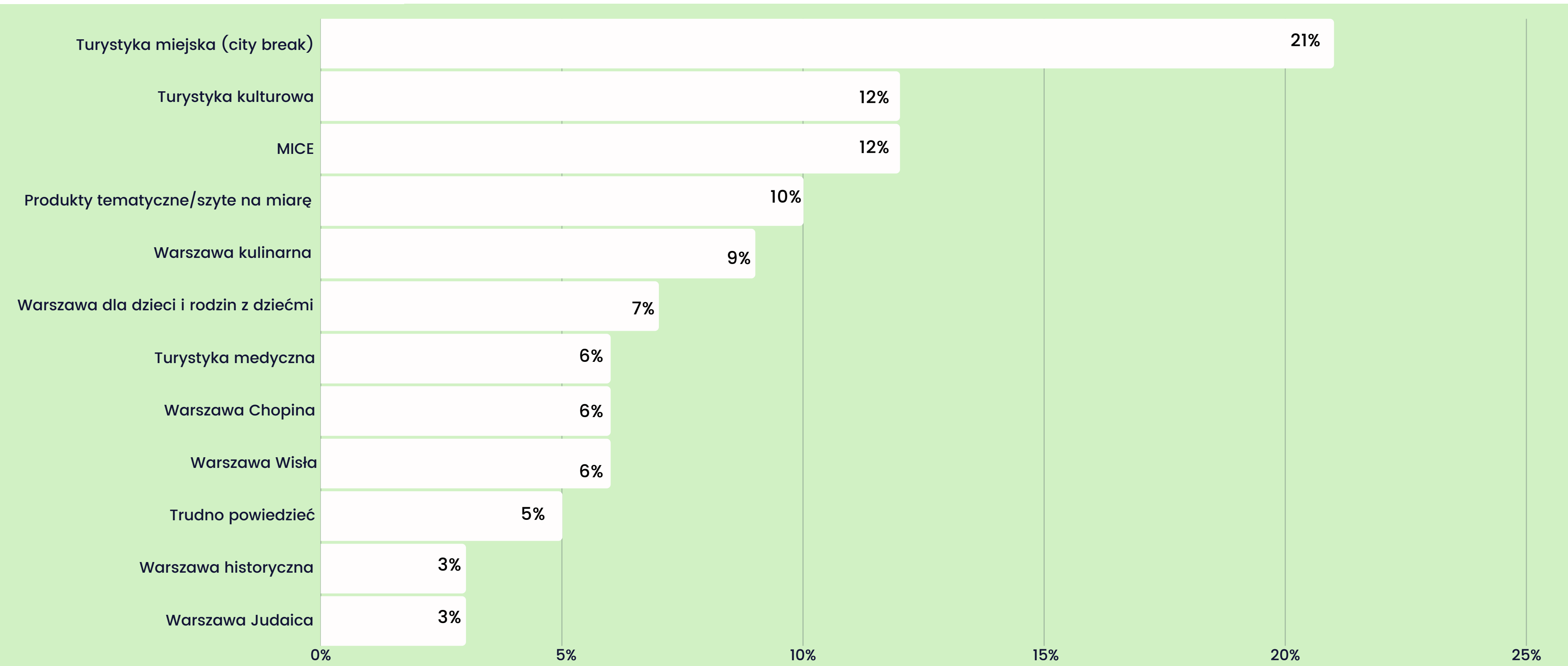
"Najszybciej odbuduje się rynek krajowy. Z danych wielu ekspertów wynika, że ruch lotniczy w tej formie wróci dopiero za jakieś 12 miesięcy. Polacy to specyficzny naród. po zamachach w USA drastycznie spadła liczba podróżnych, podobnie było po ostatnich zamachach terrorystycznych. Zeszły rok pokazał, że niepokoje na świecie spowodowały, że ludzie wybrali wypoczynek w kraju. Trzeba zatem walczyć o to, by turyści przyjechali do Warszawy. Trzeba wykonać dużo pracy, bo dla wielu Warszawa to molo, komuna i miejsce, w którym nie ma co robić. Czeka was ciężka praca, by zmienić to oblicze".

Hotel



Warszawska
Organizacja
Turystyczna

Jakie Pana/Pani zdaniem produkty mają szansę na realną i szybką odbudowę przyjazdów?





Warszawska
Organizacja
Turystyczna

Jakie Pana/Pani zdaniem produkty mają szansę na realną i szybką odbudowę przyjazdów?

KOMENTARZE respondentów

"Koncerty"

Hotel

"Turyści mogą ograniczać wycieczki na większą skalę, natomiast mając dość siedzenia w domach możliwe, że będą skłonni do city breaków, żeby zmienić otoczenie chociaż na chwilę".

Gastronomia (restauracja, catering)

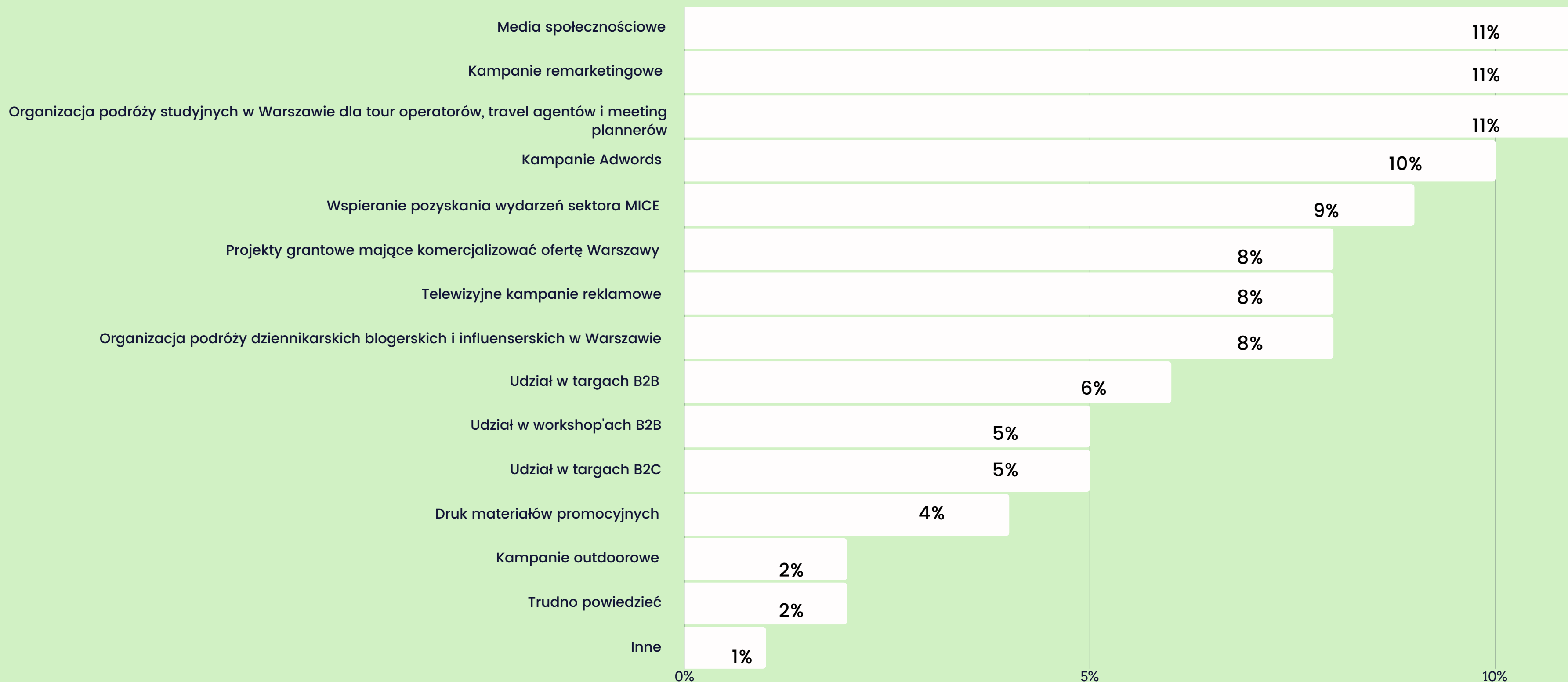
"Patrę na przeciętnego polskiego turystę. Nie interesuje go Chopin, kulinaria, bo nie ma o nich bladego pojęcia, turystyka medyczna jest dla wąskiej grupy ludzi, produkty tematyczne też. Warszawa Judaica to nie na rynek wewnętrzny, Warszawa Praga też - za wąskie grono odbiorców. Pragę zwiedzają głównie obcokrajowcy. Musimy nastawić się na typowego Polaka - chce zwiedzić - nie będzie chodził po muzeach, raczej będzie zwiedzał miasto, chce tanio i dobrze zjeść, napić się piwa. Miejsce także dla rodzin z dziećmi i chce tanio się przespać. Takiego są realia i taka grupa stanowi w Polsce większość, dlatego musimy się nastawić na pozyskiwanie takiego turysty".

Hotel



Warszawska
Organizacja
Turystyczna

Jakie narzędzia wsparcia promocyjnego ze strony WOT i Urzędu Miasta byłyby w Pana/Pani opinii najskuteczniejsze w okresie wyjścia z kryzysu?





Warszawska
Organizacja
Turystyczna

Jakie narzędzia wsparcia promocyjnego ze strony WOT i Urzędu Miasta byłyby w Pana/Pani opinii najskuteczniejsze w okresie wyjścia z kryzysu?

KOMENTARZE respondentów

"Życie toczy się w telewizji i w sieci. Potrzebujemy spektakularnych kampanii sugestywnych - mają przekonać do kupna danego produktu, w tym do przyjazdu do Warszawy".

Hotel

"Należy przyjąć, że przez długi czas wielu turystów będzie korzystało z wydarzeń live w Internecie. Wszelka promocja internetowa miejsc i wydarzeń warszawskich jest właściwym działaniem".

Organizator atrakcji turystycznych

"Ważne wydaje się zachowanie aktywności online w czasie przestoju. Dzielenie się pozytywnymi informacjami; jakimiś przepisami, poradami, ciekawostkami itd. Jedyne co może być przeszkodą, że teraz, po tych kilku tygodniach, nastąpił zalew informacji w necie i część ludzi ma przesyt; odwróciła się od Internetu. Zatem nie chodzi o intensywność przekazu, ale zachowanie obecności w mediach".

Hostel

"Nie mam pojęcia. Wydaje mi się, że największą bolączką zarówno dla turystyki i jak i branży spotkań będą lęk przed podróżowaniem i gigantyczne ograniczenie środków. Nie wiem, które z wymienionych narzędzi mogą temu najskuteczniej zaradzić".

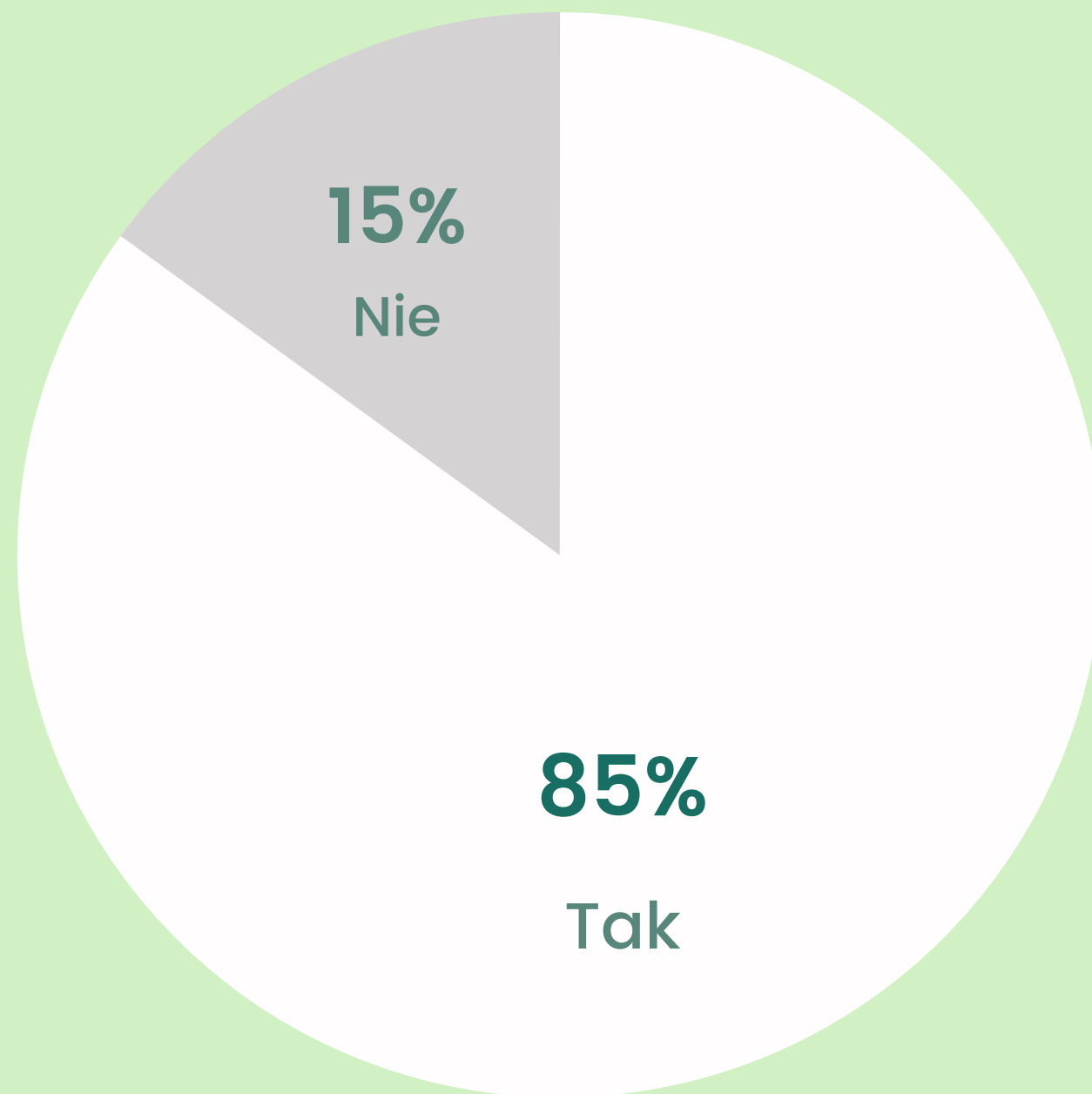
Biuro podróży turystyki przyjazdowej leisure

"W celu zatrzymania Klienta MICE krajowego, warto zastanowić się nad jakimś rodzajem ulgi podatkowej, dofinansowania. Duże eventy których i tak będzie mnie, aby nie uciekały nigdzie za granicę mogłyby zyskać dodatkowy powód zostanie w kraju i wpłynie to pozytywnie na wszystkie segmenty branży - hotele, agencje eventowe, dostawców usług, transport".

Hotel



Czy i do jakich organizacji Państwo należycie?



Organizacje:

WOT
PTTK
ICOM
SPP WTK
SITE, MPI, ICCA, SKKP, EUROMIC
UFI, IAEE, SISO, SKKP, SBE,
PIT ,MROT ,USTOA ,WATA, IATA
IGHP
SBE ETOA
AHK
PIPT, PISiL, IELA, FIATA
AmCham
ECSITE, SPIN
FTP



Warszawska
Organizacja
Turystyczna

Dziękujemy za zapoznanie się
z wynikami ankiety!

Niniejsza prezentacja dostępna jest również
do pobrania na stronie www.wot.waw.pl