

Internet a cestovní ruch

25. března 2014 / 9:00 / City Green Court Hvězdova 1734/2c, 140 00 Praha 4

Program akce

Hlavní blok

8:30 - 9:00 Registrace účastníků

9:00 - 9:05 Zahájení konference

Petr Koubský - Deník N

9:05 - 9:20 Keynote

Viliam Sivek - Viliam Sivek - SIVEK HOTELS

9:20 - 9:35 Vše, co víme o turistech - i když nevíme, jak se zeptat

Jan Tuček - STEM/MARK

Komplexní informace o výzkumu Příjezdový cestovní ruch, který realizuje STEM/MARK od roku 2005. V rámci výzkumu bylo - na hraničních přechodech, letištích, nádražích i jinde - osloveno více než 200 tis. zahraničních návštěvníků ČR. Dozvíte se kolik lidí k nám vlastně jezdí (vyvrátíme tezi o tom, že „zajímaví jsou jen bohatí v hotelech a ostatní, že neexistují“), odkud jezdí, proč, kam, za co utrácí.

Ukážeme, jak se situace mění a na čem jsou tyto změny závislé. Také se dozvíte reálné názory a povědomí o Česku v cizině - někdy možná překvapivé či bolestivé.

9:35 - 10:00 Ekonomický výhled evropského hotelnictví pro 2014 a 2015, aktuální trendy a výzvy

Jan Musil - PricewaterhouseCoopers Audit

Představení třetí edice PwC studie European Cities Hotel Forecast, která obsahuje výhled klíčových výkonnostních ukazatelů v hotelnictví pro roky 2014 a 2015 v nejvýznamnějších evropských městech. Kromě ekonomického výhledu se zaměříme také na aktuální vývoj cestovního ruchu a nabídky hotelových kapacit, trendy v transakcích s podniky, digitálních technologiích a řízení nákladů.

10:00 - 10:30 On-line platby a jejich důležité místo v cestovním ruchu

Simona Hornychová - eBRÁNA

Jednou z nejdůležitějších věcí, kterou každý zákazník musí udělat pro to, aby odjel na svoji vysněnou dovolenou, je včas zaplatit. V jedné chvíli se rozhodne a druhý den chce odjet. Ale je večer a všechny pobočky jsou již zavřené... Toto však není jediná situace, kdy online platby zrychlují celý proces prodeje zájezdu. Hraje zde roli pohodlí, okamžik spontánního rozhodnutí, prodej last minute, čas... Vyrostla již celá generace, která je zvyklá odmalička „všechno řešit přes internet a mobil“. To vše definuje dnešního zákazníka a jsou to zároveň faktory, které nahrávají cestovní kanceláři či hotelu, v jejichž nabídce jako možnost zaplacení za zájezd, letenku nebo ubytování je platba online. Jaké metody pro online platby dnešní trh nabízí? Jak správně možnosti zaplacení zákazníkovi prezentovat a čeho se vyvarovat? Jak propojit platby online s webovými stránkami? Nejen těmto otázkám se budeme v tomto bloku letošní konference věnovat.

10:30 - 11:00 Coffee break

11:00 - 11:30 10 rad, jak uspět na webu v roce 2014

Tomáš Pospíšil

Chcete vědět, jak díky digitálnímu marketingu porazit svou konkurenci? Je vaším cílem spokojený zákazník? A chcete poradit pár tipů a triků, jak toho dosáhnout? Tak to jste tady správně. Budeme si společně povídat o uživatelských, webovém obsahu, vyhledávacích a vyhledávání, zpětných odkazech, ale i o mobilním webu, nebo sociálních sítích. Je přítom úplně jedno, jestli tomu chcete říkat SEO, nebo třeba inbound, když je to SEO už zase mrtvé.

11:30 - 12:00 Vybrané možnosti internetové reklamy a jejich využití v segmentu cestovního ruchu

Petr Fryš

Jak Češi vybírají a nakupují dovolenou na internetu? Jaké faktory ovlivňují jejich výběr? Co to znamená pro subjekty podnikající v oblasti cestovního ruchu? Jaké nástroje on-line reklamy neopomenout při oslovování takovýchto uživatelů? Přednáška nabídne možné odpovědi na výše položené otázky včetně konkrétních příkladů z praxe.

12:00 - 12:30 Co vše o sobě prozradí zákazníci na internetu a jak s tím pracovat?

Roman Appeltauer - Roman Appeltauer

Z pohledu analytiky jsou Travel weby velmi zajímavé. Potenciální zákazníci o sobě velmi často prozradí spoustu informací, které můžete použít nejen ke zkvalitnění webu. Roman vám ukáže, jaká data můžete mít k dispozici a jak je využít.

12:30 - 13:30 Oběd

13:30 - 14:00 Customer experience

Monika Hilm - PARKHOTEL Praha

Chcete držet krok se současnými trendy v oblasti Customer Experience? Nevíte, o co se vlastně přesně jedná? Customer Experience (CX), neboli zákaznická zkušenost, tvoří prakticky všechno, s čím přichází zákazník do styku v průběhu využívání vašich služeb. Nezáleží na tom, o jakou službu se konkrétně jedná. Jsou určitá pravidla, která platí jak pro hotel, restauraci, ale i pro cestovní kancelář. Pokud je neznáte, můžete brzy zjistit, že vaši zákazníci raději využívají služeb konkurence. A to už může být pozdě!

Prezentace bude v anglickém jazyce bez překladu.

14:00 - 14:30 Co pro vás mohou udělat sociální sítě?

Jakub Křenek - Adison

Na úvod přeskochíme otázku, zda má smysl na sítích vůbec být, protože tu jsme si zodpověděli před nějakými pěti lety, a rovnou se podíváme, k jakým účelům vám které sociální sítě mohou posloužit. Řekneme si, jak si na nich budovat image a budovat věrnou a fungující komunitu. Probereme možnosti zákaznické péče na sociálních sítích a na závěr si povíme, že vám taky mohou pomoci vydělat. Řeč bude především o Facebooku, ale také o Twitteru, Google+, Instagramu, Youtube nebo Foursquare.

14:30 - 15:00 Cestovní ruch a export

Petr Nádvorník - Google Czech Republic

Co hledají a jak můžete oslovit zahraniční turisty mířící do České republiky a jak se mění jejich digitální návyky? Jaké trendy byste měli sledovat, pokud chcete svého příštího nového zákazníka získat pomocí internetu a jak vám může Google pomoci provést jej celým nákupním procesem?

15:00 - 15:30 Coffee break

15:30 - 16:00 Externí kontaktní centrum a jeho role v cestovním ruchu

Adam Koudelka - Konecta Czech a.s.

Co Vám přinese využití externího kontaktního centra? Spokojeného zákazníka...A co dál? Posílíte loajalitu k Vaší firmě – dnes často opomíjený cíl všech podnikatelů a obchodníků. Další nedílnou součástí kvalitního kontaktního centra je zvýšení prodeje nabízených služeb. Externí kontaktní centrum Vám dovolí nejen zvýšit flexibilitu služeb po celý rok, ale také předejít případným problémům v období sezónních výkyvů.

16:00 - 16:30 Na co se soustředit při internetovém marketingu?

Pavel Kotas - HOTEL.CZ

Přednáška odpoví na některé otázky ohledně internetového marketingu: Kterým internetovým kanálům se vyplatí věnovat pozornost a proč? Jak dělat online marketing pro hotel či cestovní agenturu? Bude udávat směr Google, Booking.com, TripAdvisor nebo někdo jiný jako třeba Facebook? Má smysl svěřit internetový marketing profesionální agentuře nebo jej dokážete uřídit vlastními silami? Na závěr si ukážeme případovou studii, které reklamní kanály fungují na Hotel.cz a Spa.cz a co děláme pro naše klienty.

16:30 - 17:00 Kreativita v komunikaci

Jana Příbylová - Lunchtime.cz

Síla marketingu je ve většině případů hluboce pod možným potenciálem. Jak využívat kreativitu, když chcete o sobě dát vědět? Skvělý marketing se nerovná drahý marketing. :-)

17:00 Předpokládaný konec setkání

Workshop

11:00 - 11:45 On-line platby a jejich důležité místo v cestovním ruchu - workshop

Simona Hornychová - eBRÁNA

Praktické ukázky on-line plateb s vyžitím platební brány. Případová studie Ancora – cestovní kancelář s.r.o. s osobní referencí paní ředitelky Karolíny Završánové.

11:45 - 12:30 Věrnostní programy a spotřebitelské soutěže, sms marketing

Lenka Štveráková - ComGate

Spotřebitelské soutěže a věrnostní programy jsou silným prostředkem k vyvolání zájmu o škálu produktů a služeb. Druhým, mnohdy však opomíjeným cílem je prosté upevnování dobrých vztahů se stávající klientskou základnou, což následně, avšak ve výrazné míře, napomáhá i při jejím rozšiřování. V neposlední řadě je velkým přínosem zisk informací o zákaznících, které jsou klíčem k jejich dalšímu poznávání a to nám umožňuje lepší zacílení a efektivnější komunikaci se zákazníky. Na našem workshopu Vám ukážeme několik zajímavých případových studií s praktickou ukázkou konkrétních mechanik soutěží a programů vč. logistiky odměn.

13:30 - 14:15 Tvorba newsletterů v Mailchimu

Jan Duffek - Darkmay

Podíváme se na to, jak budovat zdravý mailing list a jak nastartovat komunikaci prostřednictvím email marketingu místo „odpalování“ spamových náloží napříč internetem. To vše v prostředí Mailchimu.

14:15 - 15:00 Copywriting pro cestovní ruch: Jak psát tak, aby si klienti vybrali právě vás

Viola Kratochvílová - Picards, Lucie Štěrbová - Aira GROUP, s.r.o

Texty umístěné na internetu mají svá jasná pravidla a zákonitosti. Věděli jste, že PR článek umístěný na internetu má na zaujetí čtenáře pouhé 4 vteřiny? Od roku 2008 jsme na velkých portálech vypublikovali přes tisíc článků, které si přečetlo více než 12 milionů čtenářů. Na konkrétních příkladech vám ukážeme, jak (ne)psát čtivě a atraktivní titulky i na jakých dalších faktorech je závislá celková čtenost článku. Prozradíme, kde čerpat zajímavé informace, i to, proč je důležité věnovat pozornost grafické podobě textu. A ukážeme vám, že atraktivní článek se dá napsat i o hotelové restauraci nebo pobytových poukazech.