



Модул 3

Разработване на нови продукти: Провери как вървят нещата

The programme has been funded with support from the European Commission

Erasmus+

Модул 3 Въведение



Мониторингът на процеса на доставяне на стойност е следващият важен етап от PDCA цикъла. Той може да се реализира чрез разработване на система за измерване на представянето, чрез която да се проследява прогреса по изпълнението на целите (дефинирани на етап Планиране) и резултатите от веригата на стойността.

В този модул Вие ще се запознаете със средствата, които Ви дават възможност да бъдете информирани за преживяванията на Вашите потребители, техните мнения и идеи. Ще разберете как да разработите профил на Вашата дестинация.



Модул 3 Проверете как вървят нещата

Цели на обучението

В края на този модул, вие ще разберете как:

- Да направите одит на преживяванията на посетителите и туристите
- Да разработите профил на дестинацията

3.1 Одит на преживяванията на туристите

- Разработване на план за събиране на информация
- Разработване на въпросни

3.2 Разработване на профил на дестинацията

- Съберете всички информации за профила на дестинацията
- Списък с индикатори

3.1.

Одит на преживяванията на посетителите и туристите

Развитието на туризма зависи изключително много от преживяванията на потребителите на туристическата услуга. Поради тази причина е жизнено важно да разработите и въведете систематичен одит на преживяванията на потребителите по веригата на стойността.

Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

3.1.

Одит на преживяванията на посетителите и туристите

Вие можете да съберете данни за посетителите чрез въпросници, националната статистика, икономически проучвания и данни, предоставени от хотелите и доставчиците на туристически услуги.

За Вас е важно да знаете демографския и психографския профил на посетителите, модела на разходите им и др.

Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

3.2.

Разработване на профил на дестинацията

Профилът на дестинацията може да бъде разработен на различни равнища: от равнище държава или дори континент до малка / локална туристическа инициатива/място/атракция. Иерархичното равнище не променя същността на системата и процеса на нейното внедряване.

Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

3.2.

Разработване на профил на дестинацията

Профилът на дестинацията може да се използва за организиране и извличане на информация, за улесняване на колаборацията със стейхолдърите и предоставянето на динамични оферти на глобалните пазари чрез онлайн присъствие.

Вие можете да съставите профила на Вашата дестинация като следвате логиката на предходните модули. Информацията в профила на дестинацията включва:

- ✓ Компоненти на пазарното предлагане: хотели, тур оператори, атракции, ресторанти и др.
- ✓ Събития, фестивали, активности и пазаруване
- ✓ Профил на посетителите и модел на разходите
- ✓ Резултати от проучвания на туристи и местни жители
- ✓ Социално и икономическо въздействие, влияние върху околната среда

Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu



3.2.

Разработване на профил на дестинацията

Трябва да разполагате с детайлен списък с индикатори, който да използвате при разработването и успешното поддържане на профила на Вашата дестинация.

Като референтен източник можете да използвате ETIS Destination Dataset <https://bit.ly/1SnHr2k>.

Събирането на едно място на всички туристически данни в един общ профил на дестинацията дава възможност на мениджърите да анализират нейната конкурентоспособност и цялостния прогрес в развитието на дестинацията.

Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

DESTINATION PROFILE

WINNIPEG

By Progress Report



DESTINATION ASIA
DESTINATION MANAGEMENT FOR ASIAN TRAVEL ORGANIZATION
CORPORATE PROFILE



Използвана литература:

Уеб ресурси

Blue Robin Destination Management Software
http://bluerobin.com/destination_management_software.html
CodeGen Travel Software Solutions www.codegen.net
Cumbria Tourism Destination Management System
www.cu-ctb.co.uk/thedms.co.uk/marketing/dms.aspx
New Mind Destination Management Technology
www.newmind.co.uk
Sentias eTourism Software www.sentias.com/e-tourism
Sri Lanka Tourism www.srilanka.travel
Tourism Authority of Thailand
www.tourismthailand.org

Допълнителни ресурси

Morgan, Nigel, Annette Pritchard, and Roger Pride, eds. (2002). Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
Conference of the International Academy for the Study of Tourism: July 2001. Held at the Instituto de Formacao Turistica, Macau.
WTO. Guide for Local Authorities on Development Sustainable Tourism. WTO.

Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

Благодаря!



CONTACT US

ADT Facebook

011 614, adventuretourism.eu