

# Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna



Zintegrowany System  
Informacji Turystycznej  
Wstępny Zarys Problemu

opracowanie

Wojciech Hawryszuk

# System informacji



- Źródła
  - Przekazywanie
  - Gromadzenie
  - Dystrybucja
  - Ludzie
  - Środki techniczne
  - Zasilanie finansowe
  - Informacja o systemie informacyjnym
- Każdy system działa w oparciu o te elementy.*

# System Istniejący



- System Informacji turystycznej istnieje.
- Nie jest idealny, skoro chcemy – ciągle o tym mówimy, że chcemy go zmienić.
- Właściwsze określenie brzmi, nie jest efektywny, nie jest skuteczny. A skuteczny, czyli jaki? Skuteczny, czyli wspierający sprzedaż.
- Informacja jest to najtańszy sposób promocji usług, biorąc pod uwagę ludzką ciekawość, indywidualne potrzeby, mobilność, i internet jako znakomite narzędzie do przygotowania programu turystycznego i podróży.

# Źródła



Turysta – klient firm i instytucji zachodniopomorskich uzyskuje informacje na temat oferowanych usług turystycznych i okołoturystycznych z różnych źródeł.

*Należy pamiętać o inwestorach.*

*Turysta komponuje swój produkt turystyczny z wielu elementów.*

# Przekaz



- Sprawozdania, notatki, informacje komercyjne, reklamy
- Wydawnictwa i akcydensy
- Media - prasa, radio, tv, strony www
- Publikacje naukowe i edukacyjne
- Materiały multimedialne
- Piloci i przewodnicy
- Plotka

# Gromadzenie



- Bazy danych teleadresowych
- Baza ofert i promocji
- Komunikaty
- Opracowania – prace studialne i naukowe, materiały dziennikarskie, podręczniki szkolne i akademickie, materiały szkoleniowe
- Materiały promocyjne

# Dystrybucja



- Klient – turysta napełnia „informacyjny koszyk”, gdyż musi podjąć decyzję – zaspakaja swoją ciekawość.
- Wykorzystuje – telefon, fax, mail, komunikatory, telefonię internetową, przesyłki pocztowe, przewodników, pilotów, obsługę stoisk targowych.
- Dane przekazywane są w postaci gotowych opracowań i akcydensów, publikacji w mediach, publikacji naukowych i oferty samorządowych.
- Outdoor – reklama, promocja, „czysta” informacja, turystyczne zlokalizowana przy obiektach, znaki drogowe, tablice informacyjne na stacjach benzynowych.

# Środki techniczne



- System IT jest budowany w oparciu o inwestycje najprostsze i - jak na razie najmniej efektywne – środki techniczne.
  - *Są to przeważnie komputery i strony internetowe.*
- Łączność bezpośrednia, komunikatory, faxy
- VoIP
- Łąca internetowe
- Programy i stanowiska do opracowania plików multimedialnych - brak.



# Synteza - projekcja



- System punktów IT
- System podpunktów IT czyli Wolontariat
- Zachodniopomorskie24.pl czyli „łatka”.
- Kwartalnik/miesięcznik Zachodniopomorskie.PL
- Portal [www.zachodniopomorskie.pl](http://www.zachodniopomorskie.pl)
- Wydawnictwa
- Zachodniopomorska Gminna Giełda Turystyczna – 114 Niespodzianek – *przykład komunikacji*
- Program targów krajowych i międzynarodowych
- Program eventów turystycznych
- Biblioteka Turystyczna ZROT/Biblioteka
- Usługi przewodników i pilotów

# System punktów IT



- Infrastruktura, czyli – pomieszczenia, kioski wolnostojące, całoroczne, sezonowe,
- Koszty
- Kadra
- Kooperacja lokalna – media, kluby i koła turystyczne, szkoły, wolontariat
- Czas świadczenia usług informacyjnych
- Co robić, kiedy nie ma nic do roboty
- Materiały multimedialne – pracownia multimedialna, szkolne pracownie multimedialne.
- Korpus przewodników i pilotów

# System podpunktów IT

## np. wolontariat



- Biblioteki, domy kultury, ośrodki sporu i rekreacji
- Lokalne organizacje turystyczne
- Lokalne grupy działania
- Kluby turystyczne, żeglarskie, koła łowieckie, koła wędkarskie, rowerowe, narciarskie,
- Kluby rekreacyjno-sportowe
- NGO
- Podpunkty wirtualne: szkoły
- Media lokalne

# Zachodniopomorskie24.pl



- Całodobowa informacja turystyczna; Określony Czas odpowiedzi na pytanie turysty-klienta – 12 , 24 godziny – *element marketingu, cecha systemu*
- Komunikacja – telefonia internetowa, komunikatory, e-maile, komunikaty kryzysowe na stronie www, fax,
- Kadra – telemarketing wykształceni językowo niepełnosprawni,
- Zewnętrzne środki finansujące, PFRON, Urzędy Pracy, Fundusz Społeczny, Urzędy Gminy,
- Korpus przewodników i pilotów - *kooperacja*
- Podstawowa komunikacja turystyczna - pełna lista punktów i podpunktów turystycznych

# Zachodniopomorskie.PL

kwartalnik papierowy



- Nakład 100 000, min. 32 strony kolorowe
- Dystrybucja: punkty IT, reklamodawcy, członkowie ZROT, samorządy, obiekty turystyczne
- Wydawca – firma zewnętrzna
- Zaangażowanie ZROT – użyczenie tytułu, baz danych, patronat,
- Świadczenia wydawcy na rzecz ZROT: komunikaty i akcje promocyjne ZROT, artykuły, kalendarium wydarzeń zachodniopomorskich,
- Podstawowa komunikacja turystyczna - pełna lista punktów i podpunktów turystycznych

# 114 Niespodzianek

Zachodniopomorska Gminna Gięda Turystyczna



- Kaźda gmina prezentuje 2 – 3 nowe produkty-oferty turystyczne, opakowanie wielojęzyczne, i prezentuje touroperatora, oferującego konkretne usługi
- Regulamin przewiduje poważne nagrody wspierające rozwój produktów regionalnych.
- Oferta skierowana do społeczeństwa szczecińskiego i okolicznego, w tym Meklemburgii i Brandenburgii, tamże promocja.
- Podstawowa komunikacja turystyczna - pełna lista punktów i podpunktów turystycznych
- Miejsce: MTS, hale i eventy wokół budynku.

# Wydawnictwa



- Rozwinięcie wydawnictwa „Wypoczynek w Zachodniopomorskiem” –
  - wersja dla punktu IT w Regionie i w Polsce,
  - wersja popularna/ większe nakłady i więcej wersji językowych.
- Podstawowa komunikacja turystyczna - pełna lista punktów i podpunktów turystycznych
- Zachodniopomorskie – mapa, nakłady masowe, kilka wersji językowych.
- Wsparcie „debiutujących” produktów turystycznych, w sferze pomysłów,

# Targi



- Bez produktu nie ma targów
- Ubiór jako element scenografii targowej
- Działania PR – podpisywanie umów, listów intencyjnych i porozumień,
- Oferta inwestycyjna gmin w obszarze turystyki,
- Promocja wyprzedzająca – reklama, konferencje prasowe,
- Masowe gadżety i nagrody w konkursach,
- Obecność „ofertowa” na wszystkich targach turystycznych
- Udział w targach specjalistycznych.



# Event, impreza, wydarzenie



- Podstawowa komunikacja turystyczna - pełna lista punktów i podpunktów turystycznych
- Warsztaty turystyczne dla studentów kierunków turystycznych polskich i zagranicznych szkół wyższych
- Materiały informacyjne o regionie w punktach turystycznych linii Odry i Warty oraz śląskich
- Współpraca z miesięcznikami zajmującymi się biznesem np. Harvard Business Review – organizacja konferencji
- Comiesięczne regionalne konferencje press tour, połączone z prezentacją nowych, lokalnych produktów turystycznych, z udziałem dziennikarzy prasy lokalnej, w tym portali internetowych.

# Biblioteka Turystyczna



- Pomieszczenie wydzielone ZROT lub Książnica Pomorska
- Prace licencjackie, magisterskie i doktorskie n/t turystyki, regionalne i ogólnopolskie
- Studium zagospodarowania przestrzennego
- Strategie, studia, polityki samorządowe
- Foldery samorządowe i firmowe.
- Materiały zagraniczne – analizy rynku turystycznego
- Wirtualne – linki do artykułów i opracowań w sieci

# Koszty



- Koszty inwestycyjne
  - *Kioski IT, Narzędzia internetowe, oprogramowanie, sprzęt komputerowy i telekomunikacyjny*
- Obsługa bieżąca systemu
  - *Strona internetowa, Zachodniopomorskie24, Obsługa punktów IT*
- Materiały informacyjne
  - *Wydawnictwa akcydensowe, druki zwarte, Multimedia*
- Promocja
  - *Outdoor – bilboardy, gadżety handlowe, obniżki cen, loteria turystyczna*
- Drożność systemu
  - *Stała obsługa, Kwalifikowane kursy językowe, współpraca z samorządami, właścicielami, szkolenie „turystyczne” obsługi systemu*
- Badania i analiza zapytań w powiązaniu z ruchem turystycznym – *sprzężenie zwrotne*

# Kreacja Marketing Komerccjalizacja



- *Zintegrowany System IT jest elementem programu, cyklu gospodarczego w branży turystycznej*
- *Prowokuje popyt i wspiera podaż.*
- *ZISIT nie jest celem samym w sobie, ma wspierać sprzedaż.*

# Pytania końcowe

jedne z wielu



- Czemu i komu służy Zintegrowany System Informacji Turystycznej?
- Na czym polega efektywność systemu?
- Czy interaktywność, wyklucza działanie Centrum Zarządzającego Systemem?
- Jaką rolę odgrywa strach przed stratą zlecenia w racjonalnym projektowaniu systemu?
- Kto ma ustalić zakres działania Systemu?
- Kto poniesie koszty działania Systemu?
- Czy System powinien generować dochody?

# Naaamysł...



- Żeby zarządzać taką zróżnicowaną bazą danych musimy dobrze opisać produkty i ich komponenty, atrakcje, walory, obiekty; taki opis musi zawierać lokalizację, odległości, materiały informacyjne, prezentacje multimedialne, bibliografię, ceny, materiały historyczne, ośrodki noclegowe, wypożyczalnie, serwis; wszystko co pozwoli Klientowi -Turyście skomponować turystyczną trasę;
  - *należy pokazać produkt w otulinie, w miększu usług, które są niezbędne do delectowania się przyrodą, zabytkami, imprezami, wędrówkami, i smacznym miodem. Jak też ciekawymi ludźmi.*

# ...naamysł...



Baza obejmuje ok. 20 000 rekordów (3500 – firmy turystyczne i okołoturystyczne, 4000 – zabytki historyczne, 1100 – imprezy, 700 – atrakcje leśne, 1500 – jeziora i rzeki, 1000 – szlaki i trasy turystyczne, do tego 3000 - miasta, wsie, osiedla, dzielnice, 100 – porty, przystanie, mariny, 114 – punkty informacji turystycznej, 1250 – pomniki przyrody, 350 – muzea, izby regionalne, 230 – dziedzictwo kulinarne ) powiązanych ze sobą przede wszystkim relacjami takimi jak odległości, bliskość, położenie, charakter, właściciel, cena, sezonowość.

- *W oddzielnym rekordzie zostanie opisany gład narzutowy pod Piasecznikiem, a także zespół SPA „Sandra” w Pogorzeliczy na 1000 łóżek.*



## Portal - integracja

- Portal zintegruje system informacji analogowej i cyfrowej
- Z założenia będzie orientowany na klienta - turystę.
- Pozwalający komponować indywidualne produkty turystyczne z atrakcji, walorów i obiektów turystycznych – turyście oraz biurom turystycznym,
- Zlinkowanie portalu z portalami samorządów, organizacjami turystycznymi, organizacjami pozarządowymi, ośrodkami kultury, bibliotekami, lokalnymi mediami oraz biurami turystycznymi
- Portal społecznościowy klubów i kół turystycznych



## Zachodniopomorska Wikipedia Turystyczna



- Treść
  - Korespondencje lokalne, instytucjonalne i nieformalne,
  - Podstrony lokalne i branżowe
  - Tłumaczenie materiałów post na bieżąco „funkcja wait/warte”
  - Redakcja off shore – redakcja materiałów, wywiady, publikacja i produkcja multimediiów,
  - Codzienne serwisy ogólnowojevodzkie
  - Kalendarium imprez, w kilku językach
  - Bibliografia
- Identyfikacja opisowa i geograficzna wszystkich komponentów oferty turystycznej
  - produktów, atrakcji i walorów regionu

# Co to będzie?



- Oparty na bazie danych portal zachodniopomorskie.pl to z jednej strony turystyczny market, z drugiej turystyczna Wikipedia, a z trzeciej źródło dochodów. Z czwartej platforma integracji środowiskowej.
  - *Analiza kliknięć na stronie [www.zachodniopomorskie.pl](http://www.zachodniopomorskie.pl) wskazuje na to, że naszym regionem za pośrednictwem strony [www](http://www) interesuje się turysta zamożny (zapytania o hotele i pensjonaty) oraz zainteresowany przyrodą.*

# Kto nas interesuje?



- W pogoni za światowym turystą nie zapominajmy o Szczecinie, i o Polsce.
  - *Ze Szczecina jest bliżej do Barlinka czy Złocieńca niż z Hannoveru.*
  - *Z Berlina jest bliżej niż z Oslo*
  - *I tak dalej...*

# Pieniądze



- Przeważnie stawiane jest pytanie – ile trzeba na to pieniędzy, na sprzęt, na ludzi, w jakich transzach?
- Spytajmy inaczej - ile trzeba zainwestować, żeby przyjechało 1 milion więcej turystów? Ile mogą zostawić pieniędzy? Ile miejsc pracy może powstać?
- Pytanie o pieniądze jako takie nie ma sensu. Pytanie o pieniądze, które są środkiem do osiągnięcia celu, to uczciwe społecznie pytanie.
- Czy płacić ma wyłącznie Marszałek?

# Zakończenie



- Opracowanie: Wojciech Hawryszuk
- Kontakt : 501 693 300, [wojciech@hawryszuk.pl](mailto:wojciech@hawryszuk.pl)
- [www.zrot.pl](http://www.zrot.pl), [info@zrot.pl](mailto:info@zrot.pl)
- Czerwiec – październik 2008