



DATA SERVIS

RESEARCH FOR YOUR MARKETING

Konference

Cestovní ruch MSK

Ostrava 1.3.2024

# Cesta k úspěchu **BO!!!** data

Ing. Marcela Šimková, MBA

Executive Director

[marcela.simkova@data-servis.eu](mailto:marcela.simkova@data-servis.eu)

Data Servis - informace s.r.o.

[www.data-servis.eu](http://www.data-servis.eu)



## **Cesta k úspěchu vede přes pochopení potřeb zákazníka**

---



## **Jak si stojí MSK v rámci cestovního ruchu ČR**

---



## **MSK jako turistická destinace očima Návštěvníků & Ne-návštěvníků**

---

## **Cesta k úspěchu vede přes pochopení potřeb zákazníka**

- **Jak se dnes rozhoduje ?**
- **Stačí nám k úspěchu mít spokojené zákazníky ?**
- **Jaká data o zákaznících jsou klíčová ?**



# MINULOST

Zákazník **hledal**, co by nejlépe odpovídalo jeho představě, **zjišťoval** si informace

# SOUČASNOST

Zákazník **si vybírá** z toho, **co se mu nabízí**  
Rovná cesta plná nabídek

**Co se zákazníkovi samo nenabídne, o tom neví!**



# Změny v chování zákazníků v gastronomii



**Více šetří**



**Více platí kartou**



**Chodí nová generace hostů**



**Jsou náročnější  
při výběru a sledují kvalitu**



**Více zavázky a  
Take Away**



**Večer odcházejí dříve a  
tráví v podniku méně času**

# Stačí nám k úspěchu mít spokojené zákazníky?

ANO ← Byli jste spokojeni? → NE

Mé očekávání bylo naplněno



**Spokojený zákazník,**  
který měl „jen“ naplněné očekávání –  
**nesdílí aktivně svou spokojenost**



Mé očekávání bylo překonáno



**Nadšený zákazník**

**aktivně sdílí své nadšení**  
s dalšími min. 5 lidmi ve svém okolí,  
dává recenze s komentáři a fotkami,  
doporučuje ve svém okolí, vrací se



**Nespokojený zákazník**

**sdílí svou nespokojenost**  
s min. 7 dalšími lidmi v okolí



**Co vyvolává u zákazníků nadšení?**

- ✓ přátelskost a úsměv personálu
- ✓ osobní důležitost – oslovení jménem
- ✓ dostal lepší službu než očekával
- ✓ dárek, pozornost pro potěšení, odměna
- ✓ může si vybrat mezi variantami
- ✓ jeho požadavek má nejvyšší prioritu pro řešení

# Jaká data o hotelových hostech jsou klíčová?

**Proč přijíždí** – za jakým účelem?

**S kým** – sám, s rodinou, přáteli, v páru, pracovně ?

**Rozhodoval se sám** nebo bylo za něj rozhodnuto?

**Proč se rozhodl právě pro vaše ubytování?**

**Je zde poprvé** nebo opakovaně?

**Kde se o vás dozvěděl?**

**Chtěl zajistit nějakou speciální službu?**

**Má individuální požadavky po dobu pobytu ?**

**Jaký má program na dobu pobytu?**

**Jaké má zákazník očekávání od pobytu?**

## Jak je získat a evidovat ?

1. před příjezdem
2. v době pobytu
3. po odjezdu

Evidence přímo  
v rezervačním systému!!!

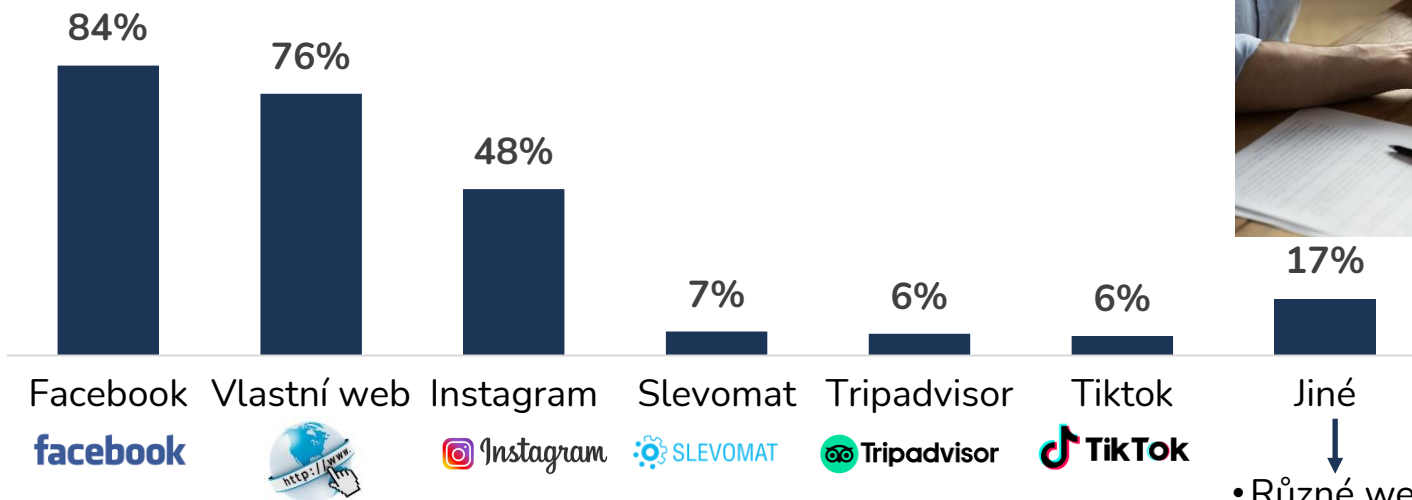
Více tabulek = méně dat!!!



**DATA SERVIS**  
RESEARCH FOR YOUR MARKETING

# Komunikace je klíč k úspěchu

Jaké formy komunikace se svými zákazníky a reklamy v současné době využívají gastronomické podniky?



- Různé webové vyhledávače (firmy.cz, mapy.cz, ekatalog.cz, web regionu...)
- Rozvoz (Foodora, Menicka.cz)
- Místní tisk



# Co a jak komunikovat

## CO komunikovat

VÝJIMEČNOST

AKCE

RECENZE

REGIONÁLNOST

UDRŽITELNOST

ZAJÍMAVOSTI

ODMĚNY „VĚRNÝM“ A „NOVÝM“ ZÁKAZNÍKŮM

... cenové akce jen příležitostně!!!

## JAK komunikovat

Individuálně – dle profilů – dle individuálních očekávání

Mail/ Newsletter jen „na míru“

Sociální sítě dle profilů

Sdílení a propojení na regionální akce a atrakce



DATA SERVIS

RESEARCH FOR YOUR MARKETING



# Udržitelnost!!!



GREEN ROOM - ECO FRIENDLY

BE  GREEN  
BY BOTANIQUE



## Poznejte náš "Be Green" koncept

Společenské a ekonomické změny, které v posledních letech zasáhly cestovní ruch a hýbou světem, nás přivedli k zamýšlení se

Uvědomili jsme si, že chceme našim milým hostům poskytnout něco víc než dosud - pocit maximálního pohodlí, chytré a efektní řešení s pomocí moderních technologií a s ohledem na životní prostředí. Chceme dělat věci chytře, ohleduplně a být férovým zaměstnavatelem. Věříme, že tímto přístupem

Rozhodli jsme se proto šetřit přírodní zdroje, používat maximum recyklovatelných materiálů, inovovat naše produkty a společně podnikat v souladu s přírodou. Chceme dělat věci chytře, ohleduplně a být férovým zaměstnavatelem. Věříme, že tímto přístupem



THE CHOICE IS YOURS

Volba je na vás



## VOLBA JE VŽDY NA VÁS

Děkujeme, že nám pomáháte šetřit životně důležité zdroje Země tím, že jste si vybrali, jak a co chcete během svého pobytu používat.

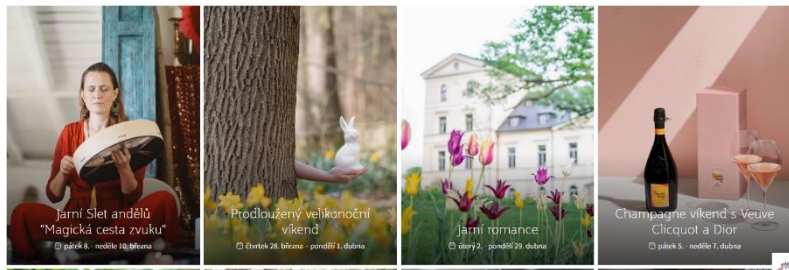
## Green Room – eco friendly

- Ekologicky šetrná kosmetika
- Vybavení pokojů bez plastů
- Speciální zařízení pro úsporu vody šetřící 30% spotřeby vody na pokoji
- Ekologický a fairtrade výběr v minibaru



# Celoroční tematický kalendář akcí

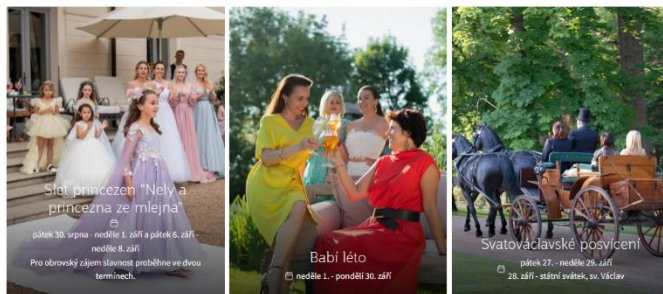
Jaro



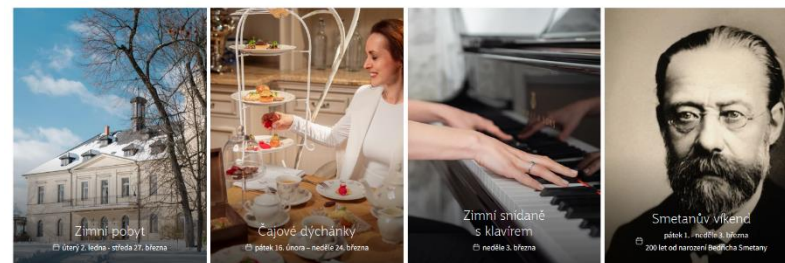
Léto



Babí léto



Zima



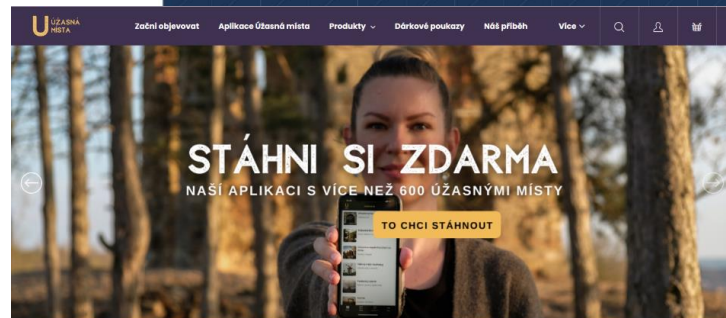
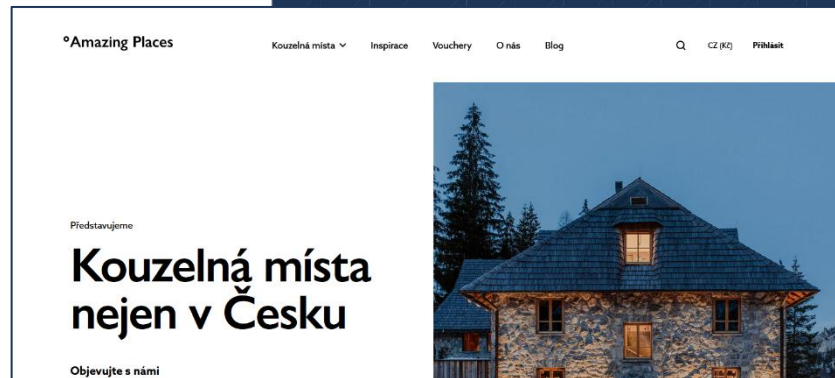
<https://www.chateaumcely.cz/kalendar-akci>

## Amazing Places

- v současnosti nabízí 414 tipů v ČR
  - v MSK je jich 31
  - v JMK 50
  - v Praze 20
- Nejoblíbenější místa jsou **wellness hotely a glamping**

## Úžasná místa ČR

- v současnosti nabízí 600 tipů v ČR
  - v MSK je jich 70
  - v JMK 80
  - v Praze 30
- Nejoblíbenější místa jsou **turistické atrakce, památky, příroda**



## Zapojení AI (umělé inteligence)

**INSIDE** na základě vašich dat o  
zákazníkovi vytvoří **individuální nabídku pro  
každého vašeho hosta** a pošle ji/ umístí na  
sociální síť

- navrhne mu **přesně to, co očekává a co má rád**
- **připraví tematické** programy, **doporučí akce**
- sleduje jeho reakci na nabídku

**OUTSIDE** v rámci požadavku na  
plánování pobytu zákazníkem

- **zná dokonale toho, kdo pobyt požaduje**
- **co o sobě nemáte napsáno, to se neví**  
(SEO, fotky, texty)





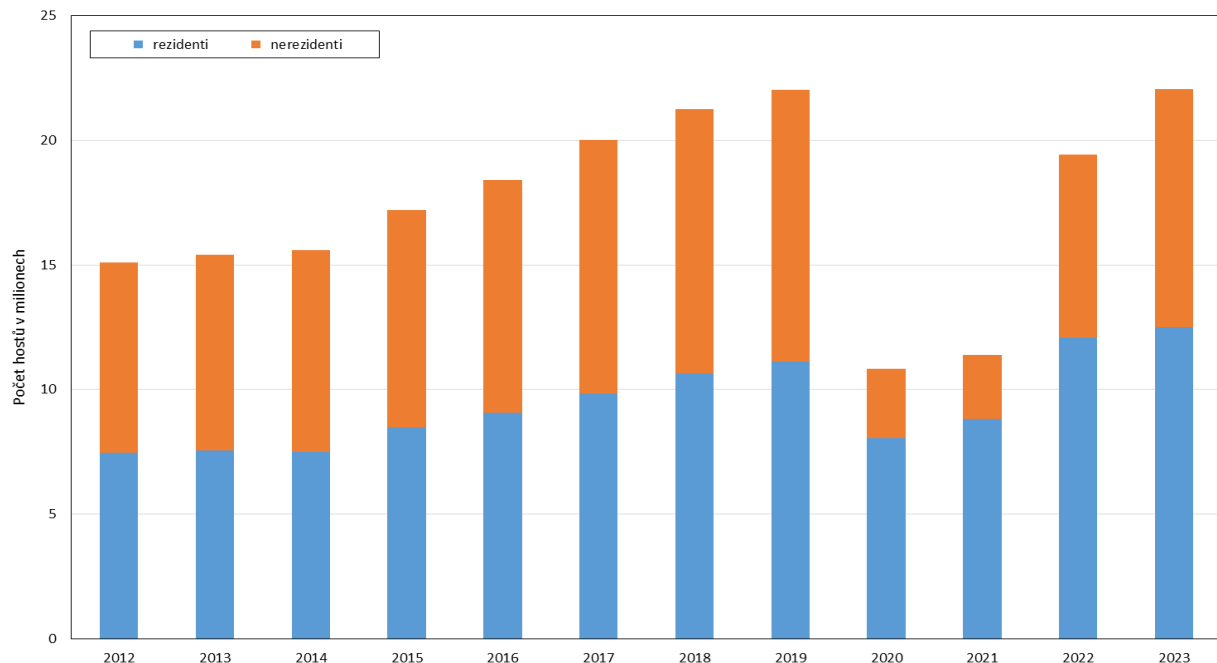


# Jak si stojí MSK v rámci cestovního ruchu ČR



# Vývoj počtu ubytovaných hostů v ČR

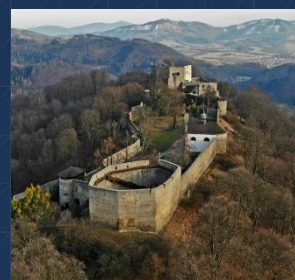
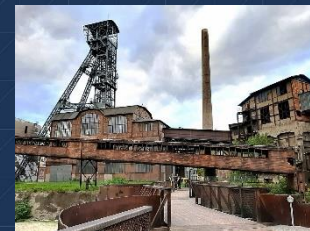
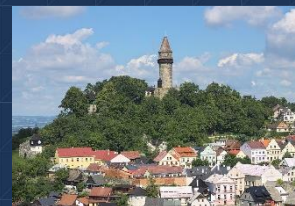
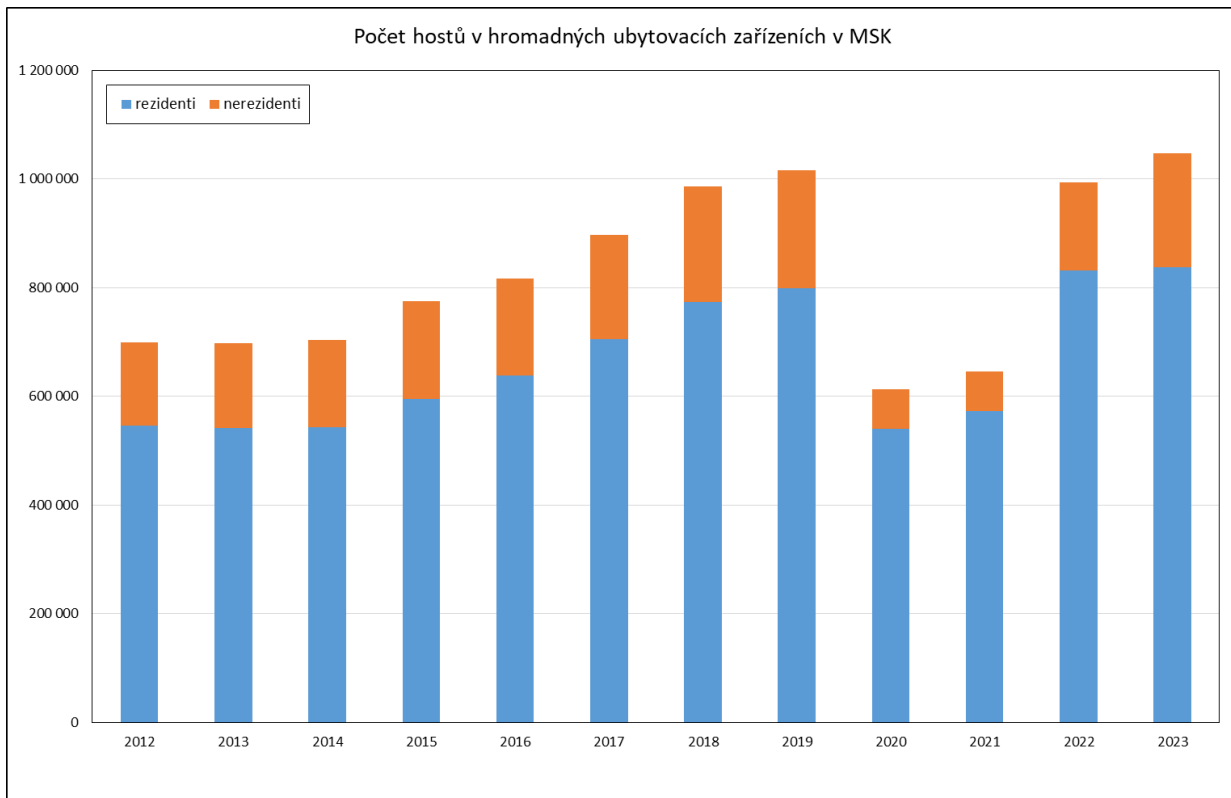
Počet hostů hromadných ubytovacích zařízení v ČR



Zdroj: ČSÚ



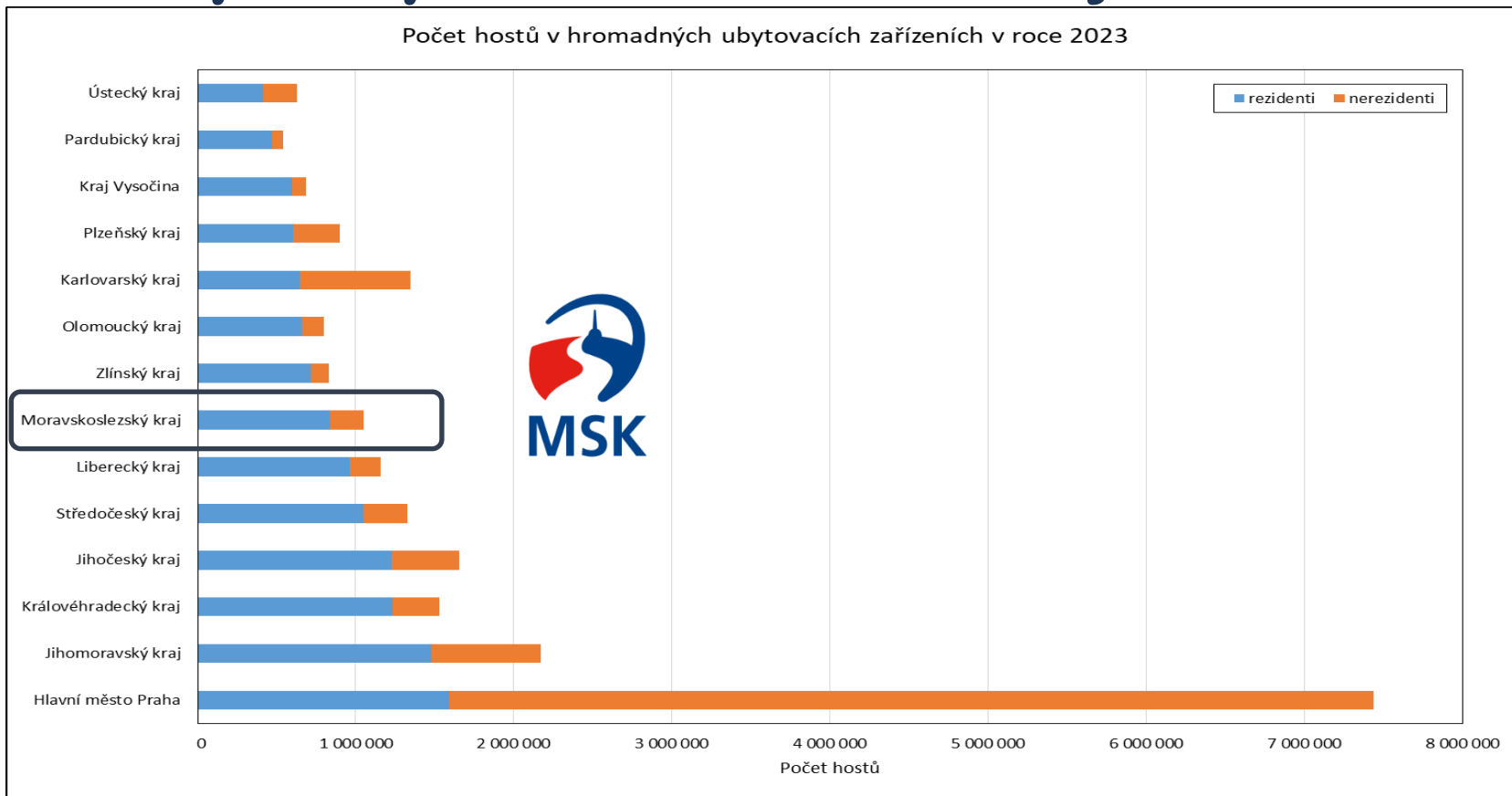
# Vývoj počtu ubytovaných hostů v



Zdroj: ČSÚ

# Počet ubytovaných hostů v 2023 dle krajů

Zdroj: ČSÚ



# Pár čísel o gastronomii v MSK

**Pokrytí podniků v MSK 441 obyvatel/1 podnik (ČR 406)**

**Podíl cizinců mezi hosty v MSK je 10% MSK (ČR 13%)**

**Počet minipivovarů v MSK 48 (ČR 531)**

## Ceny ve srovnání:

Menu: 173 Kč 169 Kč 188 Kč 164 Kč



Pivo čep: 51 Kč 46 Kč 64 Kč 49 Kč



ČR MSK Praha JM

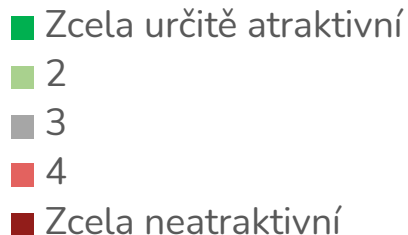
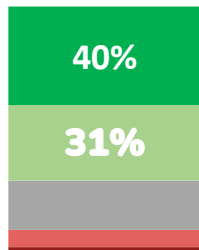


# MSK jako turistická destinace očima

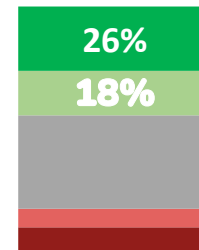
Návštěvníků & Ne-návštěvníků



## Návštěvníci MSK



## Ne-Návštěvníci MSK



## 71% považuje za ATRAKTIVNÍ a proč?

Krásná příroda	27%
Krásné hory, Beskydy, Jeseníky	23%
Zajímavá turistická místa, pěkná místa	18%
Hodně památek	
Kraj má své kouzlo	
Skvělé restaurace na vysoké úrovni, dobré ceny	

## 44% považuje za ATRAKTIVNÍ a proč?

Hezká příroda – hory	38%
Nevím	11%

## 18% považují za neatraktivní a proč?

nevím | není tam nic zajímavého | je to daleko | průmysl, hornictví | špatné ovzduší | málo památek | špína | moc o tomto kraji nevím | neláká mě | nelíbí se mi



Na základě svých zkušeností s návštěvou MSK kraje, doporučili byste jej svým přátelům a známým, aby zde přijeli? ... škála 0 - 10



**NPS  
jen 59 !!!**

Nevím  
Nic moc.  
Jsou tam jen Beskydy  
Doporučil bych jiné kraje  
Není pro co tam jet

Je tam krásně 34%  
Krásné hory, příroda 19%  
Každý si tam najde to svoje 11%  
Kulturní aktivity, památky 8%  
Příjemní, hodní lidé 8%

*Klid a pohoda | Dobré restaurace | Jsou tam super místa*

## 36% si jako první vybaví

Ostravu, přírodu a hory Beskyd nebo Jeseníků,  
další města (Opava, Karviná, Havířov, Třinec, Čeladná...),  
průmysl (hutě a doly), špatné ŽP,  
zpěváky, Baník, Radegast, ZOO,  
lidé (příjmení, hodní, rázovití, správní)...



## 42%

nic konkrétního si nevybaví

## 22%

si prokazatelně plete

MSK a Jižní Moravu

(víno, vinice, vinné sklepy, kroje,  
průvody a Brno)

Zdroj: Data Servis - informace s.r.o.





Co jste o MSK slyšel v okruhu známých a přátel, kteří jej v nedávné době navštívili?

**NĚCO POZITIVNÍHO**

**38%**

**NĚCO NEGATIVNÍHO**

**25%**

# Jak se vnímáme my v našem kraji



- ▶ **Jsme svérázní, rázovití a silní.**  
Věříme si, že dokážeme všechno, co si zamananeme.
- ▶ **Praha daleko, tak si musíme pomoci sami.**  
Jsme upřímní, zapálení a rychlí BO není čas ztrácet čas !!!
- ▶ **Jsme srdeční a přátelští partáci, kteří vždy upřímně pomohou.**  
Máme v sobě hrdost k minulosti regionu.
- ▶ **Fakt jsme pracovití.**  
Jsme otevření novým příležitostem.



**Náš region je rozmanitý a má jedinečnou atmosféru**



**Děkuji a přeji vám krásný den**

**za tým  
Data Servis**

**Ing. Marcela Šimková, MBA**  
Executive Director  
marcela.simkova@data-servis.eu

**Data Servis - informace s.r.o.**  
[www.data-servis.eu](http://www.data-servis.eu)

