

Róża Kolumba wyniki

strony 4-5

Targi Lato

Kiermasz jest dobrym miejscem na poznanie oferty regionów. **strona 10**

NR 9 (327)
1-15 MAJA 2015

DWUTYGODNIK
BRANŻY TURYSTYCZNEJ

WWW.WIADOMOSCITURYSTYCZNE.PL
WWW.FACEBOOK.COM/WIADOMOSCITURYSTYCZNE

WIADOMOŚCI TURYSTYCZNE

Kongres PIT

Izrael gościnnie i bezpiecznie

strony 9, 19

Stawiam na agentów

Leila Ben Arfi, prezes Best Reisen Group wierzy, że internet nie zdominuje rynku. Touroperator chce rozwijać współpracę z agentami. **strona 12**

Róże dla liderów marketingu

Odpowiednia komunikacja z klientem jest kluczem do sukcesu. Z takim przesłaniem organizowany jest coroczny konkurs Róża Kolumba, w którym „Wiadomości Turystyczne” wylaniają najlepsze katalogi i strony internetowe.

Magdalena Szadkowska

Organizowany przez redakcję konkurs od siedmiu lat mobilizuje agentów i touroperatorów do doskonalenia komunikacji z klientem. Róża Kolumba nie tylko podkreśla znaczenie aktywności biur podróży w internecie, ale także podnosi rangę katalogów drukowanych, które mimo popularności nowych mediów nie znikają z rynku. Według kapituły oceniającej zgłoszone prace, nadal korzysta z nich wielu klientów. – Katalogi stanowią podstawę sprzedaży agenta – mówi Marek Kamieński, wiceprezes OSAT, członek Kapituły. Wśród zgłoszonych do tegorocznej edycji prac stanowią one najliczniejszą grupę, choć w porównaniu z rokiem ubiegłym widać coraz silniejszą reprezentację mediów internetowych. Jednak zgodnie z formułą Róża Kolumba nadal stawia się duży nacisk na katalogi papierowe. Zostały one ocenione pod kątem grafiki i estetyki wykonania, funkcjonalności oraz rozwiązań niestandardowych. Najlepszy katalog w kategorii standard „Lato 2015” należy do Exim Tours. – Przy jego tworzeniu postawiliśmy przede wszystkim na przejrzystość, spójną i kolorową szatę graficzną, a także takie



Daniel Kochanowski prezes Poszukiwaczy Przygód odbiera wyróżnienie za najlepszy katalog w kategorii Mały organizator.

oznaczenia hoteli (emotikony oraz zajawki-rekomendacje), by można bez problemów wybrać najlepszą ofertę – podkreśla Monika Hajduk, specjalista ds. marketingu Exim Tours. W kategorii Premium wygrał katalog Trade & Travel Company, a najlepszym małym organizatorem zostali Poszukiwacze Przygód. W kategorii media internetowe nagro-

dzono trzech kandydatów: stronę LogosTour, Ernesto Travel oraz fanpage Neckermanna. – Strona LogosTour została doceniona za niestandardowe podejście do prezentacji oferty i nawigacji strony. Wykorzystanie dedykowanej kolorystyki i ikon daje dużo radości z poruszania się po witrynie. Drugą pracę natomiast wyróżnia duża liczba wersji

językowych – podkreśla Michał Szydlik, członek kapituły, PR Manager w Agencji Reklamowej CzART. Wyróżnienie Neckermanna za fanpage też jest nie bez znaczenia, bo promocja w social media jest dzisiaj obowiązkowa.

Czytaj więcej: strony 4-5

Więcej zdjęć w Galerii na stronie www.wiadomosciturystyczne.pl

USA dostaje dane pasażerów z Europy

Unia wymienia się z USA danymi pasażerów lotniczych. A wszystko to, by walczyć z terroryzmem.

Marzena German

Kwestia wymiany danych osobowych klientów linii lotniczych poruszana była w Parlamencie Europejskim już w 2011 r. Dwa lata później pomysł ten został odrzucony. Obecnie temat powrócił ze zdwojoną siłą, za sprawą ostatnich aktywności terrorystycznych obywateli różnych państw.

W ramach nowego projektu Stany Zjednoczone będą przechowywać przez maksymalnie pięć lat dane pasażerów lotniczych (Passenger Name Record – PNR) w aktywnej bazie danych. Już po sześciu miesiącach informacje zostaną zaszyfrowane. Po pięciu latach PNR będą przesunięte do nieaktywnej bazy, w której zostaną przez kolejne 10 lat. Jeśli prowadzone będzie jakiegokolwiek

postępowanie, mają być one przechowywane do momentu zakończenia sprawy. Informacje o klientach linii lotniczych zawierają takie dane, jak imię i nazwisko, adres, numer karty kredytowej i numer miejsca w samolocie. Na podstawie zamawianych posiłków można zidentyfikować wyznaczenie pasażera, a prośby kierowane do personelu, np. o pomoc medyczną, pokazują jego stan zdrowia.

W maju 2010 r. PE odłożył swoje głosowanie nad umową w sprawie wymiany danych PNR z powodu zastrzeżeń dotyczących ewentualnego naruszenia prywatności danych osobowych obywateli UE. Przedstawione propozycje dotyczące współpracy z USA mają być szeroko dyskutowane po tym, jak członkowie PE zgłoszą swoje uwagi do projektu – mieli na to czas do 25 marca br.

REGIONY

Agroturystyka potrzebuje wsparcia

Sejm przegłosował zmiany w ustawie o podatku dochodowym i swobodzie gospodarczej. Politycy twierdzą, że pomoże to w rozwoju turystyki wiejskiej i agroturystyki. W praktyce oznacza to, że rolnicy będą mogli sprzedawać swoje wyroby spożywcze, bez obawy o bycie ukaranym za handel. **STRONA 6**

TARGI

Rosjanie przyjeżdżajcie!

Polska branża promowała się na targach w Moskwie. Targi MIIT od ponad 20 lat są głównym forum dla profesjonalistów branży turystycznej i najważniejszym przedsięwzięciem promującym turystykę na obszarze rosyjskim. W targach wzięło udział 2056 wystawców z 203 krajów. **STRONA 11**

KONKURS

EDEN – kulinarna promocja Polski

Trwa przyjmowanie zgłoszeń do konkursu na najlepsze europejskie destynacje EDEN, organizowanego przez KE. Tematem przewodnim tegorocznej edycji jest turystyka lokalna i gastronomia. Laureatami wcześniejszych edycji są produkty turystyczne spoza standardowego przewodnika. **STRONA 10**

SONDA

Czy marszałkowie efektywnie wydają środki z gwarancji?

Małgorzata Robak: Cały proces uruchamiania środków z gwarancji trwa za długo. Klienci upadłych biur czekają latami na zwrot kosztów nieudanego wyjazdu, a ostatecznie otrzymują grosze. Jestem zafascynowana faktem w jaki sposób to się odbywa. **STRONA 8**

Czytaj WT w wersji elektronicznej



www.wiadomosciturystyczne.pl

Multimedia szybko rosną

W tym roku wielu organizatorów zgłaszało do konkursu strony internetowe.

Magdalena Szadkowska

Konkurs, w którym nagradzane są najlepsze katalogi biur podróży, zorganizowały po raz siódmy „Wiadomości Turystyczne”. Oceniało je tradycyjnie jury złożone ze specjalistów z branży turystycznej, mediów oraz z dziedziny grafiki. W tym roku pod lupę kapituła wzięła 34 prace, w tym 21 katalogów, 11 stron internetowych oraz dwie aplikacje mobilne. Ocenie poddano zarówno jakość wykonania i szatę graficzną prac, jak również ich zawartość merytoryczną. Formuła konkursu zmienia się z rozwojem nowych technologii. Od zeszłego roku do konkursu można zgłaszać również strony internetowe oraz aplikacje mobilne.

Przejrzysta infografika

Kapituła pozytywnie oceniła katalogi tegorocznych uczestników. Poza nielicznymi wyjątkami, prace były naprawdę dobre – podkreślali. Profesjonalny katalog powinien spełniać podstawowe kryteria: być czytelny, przejrzysty oraz atrakcyjny dla oka. Muszą znajdować się w nim informacje istotne dla klienta, np. pogoda w kurorcie czy szczegółowy opis hotelu. – Ja zwracałem także uwagę na to, czy w publikacji znajdują

się prawne warunki uczestnictwa w imprezie. Niestety nie we wszystkich je znalazłem – podkreśla Marek Kamiński, wiceprezes OSAT. W katalogach ważne jest także wyselekcjonowanie treści. Tutaj istotną rolę odgrywa infografika, odpowiednie oznaczenia hoteli np. przeznaczony dla rodzin, z basenem, a także wytluszczenie informacji ważnych dla klienta, takich jak termin czy cena wycieczki. – Ludzie coraz mniej czytają teksty, częściej patrzą na obrazki – mówi Kamiński. W niektórych katalogach pojawiła się także nowa formuła, czyli osobiste komentarze klientów. – To świetny pomysł. Żywi bohaterowie rozbijają mity wakacji z touroperatorem i odpowiadają na podstawowe pytania klientów – podkreśla Alicja Dąbrowska, dziennikarka „Gazety Wyborczej”.

Okładki nie do przyjęcia

Jednym z ważniejszych elementów katalogu są atrakcyjne zdjęcia. To one mają przyciągnąć uwagę turysty i zainteresować go wycieczką. – Okładka często decyduje o tym, czy w ogóle otworzę wybrany katalog – mówi Alicja Dąbrowska. Regułą jest, że duży touroperatorzy stawiają na wakacyjny i kolorowy portret z wakacji, a niszowi – na przygodę i egzotykę. Przykładowo na okładce Grecosa pojawiła się uśmiechnięta



Kapituła oceniała jakość wykonania, szatę graficzną prac i zawartość merytoryczną.

rodzina, Almaturu – bawiący się nastolatki, a Steja Travel chce zachęcić klientów atrakcyjną kobietą w kostiumie kąpielowym. – Jak można w turystyce zrobić okładkę biura podróży, które organizuje obozy młodzieżowe, z półnągą kobietą? Taka okładka zniechęciła mnie do oglądania katalogu – denerwował się Kamiński. Jednak nie sama okładka się liczy, równie ważna jest zawartość. – Najgorsze są nudziarstwa hotelowo-leżakowe – mówi Dąbrowska. W wielu katalogach zdjęcia nie różnią się niczym od siebie.

– Po czwartej ofercie już wszystko mi się myli, bo każda strona wygląda identycznie. Brakuje mi w nich koncepcji marketingowej i podkreślenia wyjątkowości tych miejsc – zaznacza Paweł Nowak z ASP w Warszawie.

Tegoroczne objawienia

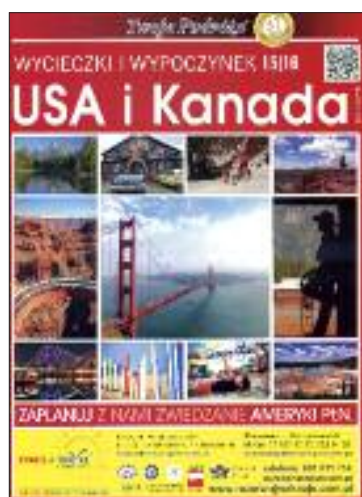
Kapituła podkreśliła, że były w tym roku katalogi nowe i świeże. – Dla mnie zaskoczeniem było biuro Prestige. Świetna okładka, interesujące zdjęcia oraz ciekawe opisy wycieczek – mówi Kamiński. Minusem jest jednak format – standar-

dowe stojaki mieszczą katalogi w formacie A4, a katalog Prestige jest zdecydowanie za duży. Poziom trzymają również inni touroperatorzy. Jury podkreśliło, że graficznie dobrze przygotowano katalog Grecosa, zeszłorocznego zwycięzcy, także Rainbow Tours. – Mnie rozczarowały jednak klasy Premium, w których należało podnieść poprzeczkę – mówi Nowak. W tej kategorii zgłosiły się m.in. biura Prestige oraz Flugo. – Zwróciłam uwagę na publikację LogosTour. Pozytywnie oceniłam opisy oddające klimat miejsc oraz ładną szatę graficzną – zaznacza Dąbrowska.

– Czas, kiedy katalog był jedynie środkiem informowania klientów o produktach, dawno minął. Teraz zarówno strona internetowa, jak i katalog mają dużo więcej zadań do spełnienia – mówi Jacek Stasiński, pilot wycieczek. Wielu organizatorów, mimo że wykorzystuje również wydania papierowe, do konkursu zgłosiło jedynie swoje strony internetowe. Chcieli w ten sposób pokazać zmiany i ulepszenia, jakim podlega ich promocja w sieci. Zgłoszone strony prezentują wysoki poziom, są czytelne oraz atrakcyjne wizualnie – oceniła Kapituła. Wielu klientów biur podróży wciąż woli zapoznawać się z ofertą turystyczną z katalogiem w rękę. Niezależnie jednak od formy, przyszłość mają tylko te katalogi, które będą zrobione profesjonalnie.

Laureaci Róży Kolumba 2015

KATEGORIA PREMIUM



TRADE & TRAVEL COMPANY USA i Kanada 2015/2016

Katalog jest bardzo przejrzysty i różnorodny. Znajdują się w nim propozycje wycieczek objazdowych, pakiety miejskie, rejsy, fly & drive możliwe do zrealizowania autem, motocyklem lub camperem oraz hotele i lokalne atrakcje. Ten katalog to idealne narzędzie do sprzedaży naszej oferty dla agentów, ale także rzetelne źródło informacji na temat możliwości podróży po Ameryce Północnej. Posiadamy największą ofertę wyjazdów do USA i Kanady.

Michał Zych,
Konsorcjum Trade & Travel Company

KATEGORIA MAŁY ORGANIZATOR



POSZUKIWACZE PRZYGÓD Obozy 2015

Tworząc katalog Obozy 2015 staraliśmy się, by był tak wyjątkowy, jak organizowane przez nas imprezy. Nasze obozy to propozycja dla młodych ludzi, którzy chcą wypocząć w niebanalny sposób. Katalog powinien w jasny, przejrzysty sposób przekazywać klientom wszystkie niezbędne informacje. Projektując jego układ funkcjonalny, zwracaliśmy szczególną uwagę na to, by korzystanie z katalogu było przyjemne i pozostawiało miłe wrażenie.

Daniel Kochanowski,
Poszukiwacze Przygód

KATEGORIA STANDARD



EXIM TOURS Lato 2015

Nasz katalog podzielony jest według destynacji i rodzaju oferty. Część marketingowa zawiera wszystkie istotne informacje na temat firmy, następnie pojawia się oferta rejsów, potem wycieczki objazdowe i kierunki wypoczynkowe. Przy jego tworzeniu postawiliśmy na przejrzystość, spójną i kolorową szatę graficzną a także oznaczenia hoteli (emotikony oraz zajawki-rekomendacje). Chcieliśmy, żeby katalog przyciągał uwagę i zachęcał do wielokrotnego kartkowania.

Monika Hajduk,
Exim Tours

KATEGORIA MEDIA INTERNETOWE

LOGOSTOUR

Podróże na 7 kontynentach z LogosTour, www.logostour.pl

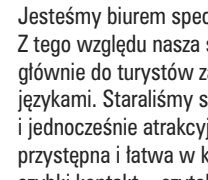


Przygotowując nową stronę internetową postawiliśmy sobie dwa jasne cele. Po pierwsze ma być pomocna klientowi – czyli przejrzysta, logicznie uporządkowana, łatwa w nawigacji oraz ma zawierać te informacje, których turyści zwykle szukają, wybierając się na wypoczynek. Po drugie – ma na tyle, na ile to możliwe, dawać próbkę przygody, jaką są podróże z LogosTour. Poprzez stronę www staramy się te pozytywne emocje – pomimo wirtualnej bariery – przekazywać, dawać ich przedsmak. Jak widać, nasze cele przy tworzeniu strony były proste i oczywiste. Cała sztuka polegała właściwie na ciągłym balansowaniu między nimi. Między bogactwem treści i emocji, a prostotą i przejrzystością w ich prezentacji.

Monika Perzyna, LogosTour

ERNESTO TRAVEL

www.ernesto-travel.pl



Jesteśmy biurem specjalizującym się w turystyce przyjazdowej. Z tego względu nasza strona internetowa jest skierowana głównie do turystów zagranicznych posługujących się różnymi językami. Staraliśmy się, aby była ona jak najbardziej czytelna i jednocześnie atrakcyjna wizualnie. Ponadto chcieliśmy, aby była przystępna i łatwa w komunikacji, innymi słowy pozwalała na szybki kontakt – czytelny formularz pozwala na szybkie złożenie zapytania o ofertę. Tworząc ją, mieliśmy na celu przede wszystkim zaprezentowanie naszych destynacji i możliwości, jakie oferują. Istotne dla nas było również przedstawienie nas jako biura – grupy profesjonalnie przygotowanych osób, które przygotowują programy „szyte na miarę”, z indywidualnym podejściem do każdego klienta.

Karolina Jachymczyk, Ernesto Travel

WYRÓŻNIENIE

FANPAGE NECKERMANN POLSKA

www.facebook.com/Neckermann.Biuro.Podrozy



04.02.2004 czyli data powstania Facebooka na świecie rozpoczęła rewolucję społecznościową, która bez wątpienia wywarła ogromny wpływ na komunikację z klientem. To czy ludzie nas „lubią” czy nie ma w tej chwili ogromne znaczenie a aspekt społecznościowy odgrywa kluczową rolę w budowaniu brandu. Facebook powstał, abyśmy mogli się dzielić informacją przez co komunikacja jest bardziej transparentna i prawdziwa. I taki cel stawiamy sobie prowadząc nasz fanpage, który ma być przede wszystkim źródłem informacji o naszej firmie. Chcemy być ekspertem od wakacji a ciekawą tematyką postów zainteresować i inspirować naszych fanów do podróżowania. Świadomie godzimy się na ocenę naszej marki a interakcja z fanami, również w przypadku trudnych tematów, buduje bezcenną relację.

Magda Plutecka-Dydoń, PR Manager Neckermann Polska

KAPITUŁA

Eksperci wzięli pod lupę najlepsze katalogi

AGENT



Marek Kamieński, wiceprezes OSAT
Powstały katalogi nowe, standardowe i te nie do przyjęcia. Mimo że jest ich mniej w tegorocznej edycji, są one coraz lepszej jakości. Podstawą pracy agenta jest przecież katalog, na którym opierają się klienci. Poza tym integralną częścią umowy jest opis wycieczki. Sąd wymaga dokumentu drukowanego. Katalog ma więc swoje uzasadnienie prawne.

REDAKTOR



Alicja Dąbrowska, dziennikarka „Gazety Wyborczej”
Tegoroczna edycja trzyma poziom, zgłoszone prace naprawdę zaskakują. Wynika z niej, że warto inwestować w jakość katalogów. Z biurami podróży jeżdżą zazwyczaj rodziny z dziećmi lub osoby starsze, im łatwiej jest przejrzeć katalogi, a później ewentualnie wybrać wycieczkę na stronie internetowej. Najgorsze są nudziarstwa hotelowo-leżakowe.

EKSPERT



Paweł Niewiadomski, prezes Polskiej Izby Turystyki
Cieszy mnie coraz wyższa jakość i zwiększająca się różnorodność, którą prezentują katalogi. Zmieniają się one wraz z rynkiem i stają się częścią spójnego systemu informacyjnego, opartego na nowych technologiach. Touroperatorzy sięgają po nowości, jednak katalogi nie znikają z rynku, lecz są dostosowywane do nowej rzeczywistości.

PILOT



Jacek Stasiński, pilot wycieczek
Wizualizacja marzeń jest moim zdaniem najistotniejszym elementem zarówno katalogów, jak i stron internetowych. Zawarta w nich treść oraz oprawa graficzna powinny stymulować potrzeby klientów. Celem katalogów jest inspirowanie do podróżowania, dlatego podane informacje i zdjęcia powinny być starannie wyselekcjonowane.

GRAFIK



Prof. Paweł Nowak, ASP w Warszawie
Poziom tegorocznej edycji był podobny do tego sprzed roku. Rozczarowała mnie klasa Premium, która wymaga lepszej jakości zdjęć oraz papieru. Okładki często potrafiły się obronić, gorzej było w środku. Niektóre prace były rodem z lat 80., czyli bez żadnego projektu graficznego. Koszt znalezienia lepszego grafika naprawdę nie jest taki duży.

SPECJALISTA PR

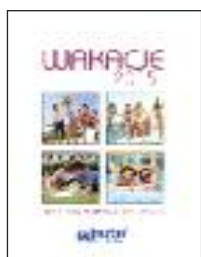


Michał Szydlik, Agencja Reklamowa CzART
Konkurs stron www stał na wyrównanym poziomie. Żadna ze zgłoszonych propozycji nie otrzymała jednak maksymalnego wyniku, ponieważ zabrakło tego czegoś, co pozwoliłoby zatrzymać się przy nich na dłużej. Niemniej zdecydowana większość została przygotowana profesjonalnie, a rywalizacja dotyczyła głównie walorów graficznych.

POZOSTAŁE KATALOGI, SOCIAL MEDIA I STRONY WWW ZGŁOSZONE DO KONKURSU RÓŻA KOLUMBA 2015



ACTIVE TRAVEL
Katalog zimowy 2014/2015



ALMATOUR-POLSKA
Wakacje 2015



ATAS
Katalog Obozy i kolonie lato 2015



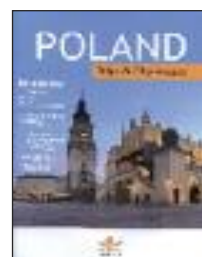
FLUGO
Katalog dalekich wypraw 2014/2015



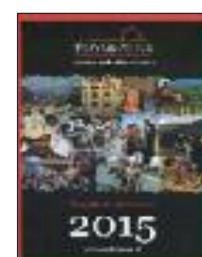
BEST REISEN GROUP
Katalog „Egipt”



CT POLAND
Niezwyczajny Świat Orientu



ERNESTO TRAVEL
POLAND Trips & Pilgrimages



EX ORIENTE LUX
Katalog Ex Oriente Lux 2015



STEJA TRAVEL
Obozo



GRECOS HOLIDAY
Podróże



GRECOS HOLIDAY
Katalog Rodzinny Lato 2015



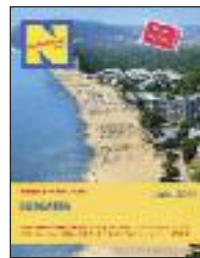
GRECOS HOLIDAY
Wakacje



LOGOSTOUR
Podróże na 7 kontynentów z LogosTour – Smak Świata 2015



MATIMPEX TRAVEL
Weekendy lotnicze



NECKERMANN POLSKA
Bułgaria – powrót do przeszłości – lata 60., 70., terażniejszość



OK TOURS
Kolonie i obozy lato 2015



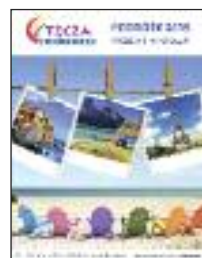
PRESTIGE HOLIDAYS& TOURS
Najciekawsze miejsca świata na 7 kontynentach



SONRISO
Katalog – portfolio Sonriso 2015



SUN&FUN HOLIDAYS
Katalog Lato 2015



TĘCZA
Podróże 2015 wczasy i wycieczki

MEDIA INTERNETOWE



ANIMATOR TRAVEL
animatortravel.pl



EXIM
www.eximtours.pl



MATIMPEX TRAVEL
www.matimpex.pl



POSZUKIWACZE PRZYGÓD
www.poszukiwaczeprzygod.pl



REGO-BIS
www.rego-bis.pl



SONRISO
www.sonriso.pl



STEJA TRAVEL
www.snowolympic.pl



STEJA TRAVEL
www.sunolympic.pl



STEJA TRAVEL
www.obozeo.pl



TRACDE&TRAVEL COMPANY
www.rezervujwakacje.com.pl



UNIQUE MOMENTS
www.um24.pl



WAGABUNDO TRAVEL
www.wagabundotravel.pl



WAGABUNDO TRAVEL
www.facebook.com/WagabundoTravel



SLONECZNIE.PL
www.slonecznie.pl/page/mobile

VIII edycja konkursu Róża Kolumba 2016

Już dziś możesz zgłosić do konkursu najlepszy katalog, stronę internetową, social media lub aplikację mobilną.

Szczegóły: www.wiadomosciturystyczne.pl

