

OBSAH



7 TÉMA MĚSÍCE

Domácí cestovní ruch

100. výročí vzniku samostatného Československa se promítá do marketingových plánů agentury CzechTourism i všech krajů. Přinášíme podrobný přehled jak. Kromě toho se zamýšlíme nad přínosy návštěvnických karet, odpovídáme na nejčastější dotazy týkající se kategorizace DMO a podrobně se věnujeme analýze USP tuzemských produktů cestovního ruchu.



25 DESTINACE MĚSÍCE

Slovinsko, Chorvatsko, Albánie

Slovinsko už pro Čechy přestává být pouze tranzitní zemí při cestách do Chorvatska. Notoricky známé Chorvatsko dokáže překvapit. A o své místo na výsluní se hlásí také méně známá Albánie. Tak se dá stručně shrnout obsah této rubriky.



33 REGION MĚSÍCE

Ústecký kraj

Brána do Čech turisty láká. Dokonce natolik, že během 3. čtvrtletí loňského roku zaznamenal Ústecký kraj největší nárůst v počtu turistů z celé ČR. K dalšímu růstu by měl přispět mj. nový turistický webový portál, který kraj aktuálně připravuje.



44 MARKETING

Přinášíme přehled trendů v internetovém marketingu, které byste si letos neměli nechat ujít.



46 TRENDY A INOVACE

Stále více destinací řeší, jak si poradit s přílišným zájmem turistů. Ukážeme, jak problém řeší ve vybraných evropských městech.



50 TECHNOLOGIE

Povzbudit nákupní chování hotelových hostů a zvýšit jejich útratu pomáhají i některé aplikace. Vytipovali jsme pro vás deset klíčových. A zabýváme se i přínosy videí na webových stránkách.



56 LEGISLATIVA

Na problematiku destinačního managementu v Česku se podíváme i pohledem právníka.



58 DATA A ANALÝZY

Detailně se zaměříme na loňské ubytovací statistiky či na stravovací zvyklosti českých a slovenských turistů.



63 PERSONALISTIKA

Jednou z klíčových činností každé firmy je marketing. Personalisté by neměli výběr marketérů brát na lehkou váhu...



66 ASOCIACE

Přinášíme novinky z činnosti tuzemských profesních svazů.



72 NETWORKING

Najděte s námi příležitosti k získání nových kontaktů a pracovních vazeb.