

Bódis Gábor

Mind the Gap

Impresszum

A kiadás a Magyar Turisztikai Ügynökség finanszírozásával,
valamint a Budapesti Corvinus Egyetem MMI Turizmus Továbbképző
és Kutatóközpont szakmai közreműködésével jött létre.

Írta

Bódis Gábor

ISBN 978 963 454 1974

Kiadja az Akadémiai Kiadó,
az 1795-ben alapított
Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülésének tagja
1117 Budapest, Prielle Kornélia u. 21–35.

Első magyar nyelvű digitális kiadás: 2018

- © Bódis Gábor, 2018
- © Akadémiai Kiadó, 2018
- © Illusztrációk: Korcsmáros László
- © Borítófotó: Bódis Krisztián, Budapest Images

A kiadásért felelős az Akadémiai Kiadó igazgatója

Minden jog fenntartva, beleértve a sokszorosítás, a nyilvános előadás,
a rádió- és televízióadás, valamint a fordítás jogát, az egyes fejezeteket illetően is.

Ha engem kérdezel...

Előszó

Köszönöm szépen, hogy bizalmaddal és nyitottsággal már e kötet legelején megtisztelsz. Lehet, hogy eleinte az idegeidre megyek azzal, hogy tegezlek, de amint kézbe veszed írásomat, már kollégákká válunk, akár turisztikai desztináció menedzser vagy, akár valamely turisztikai képzés hallgatója, akár marketinges, mint szakemberek mostantól egymásra támaszkodunk. Kérdezhetsz is, reflektálhatsz is, közvetlenül nekem is, de még jobb, ha a környezeted veszi észre, hogy most megszerzendő tudásoddal olyan űrt vagy képes betölteni, ami egy új típusú pályára állíthatja szervezeted vagy céged kommunikációs elképzeléseit. Amennyiben „csak” utazgatni, feltöltődni szeretsz, továbbra is járj nyitott szemmel a világban, és fogadd jó szívvel az itt leírtakat: gyakran új összefüggéseket fedezhetsz fel majd általuk. Minden olvasómhoz szól a kérdés: ha engem kérdezel, mi az, amire igazán szükséged lesz ahhoz, hogy alkalmazni tudd a legtöbb jó fogást a sikerhez, nos, a válaszom egy szó: kreativitás.

A következő fejezetekben nem az úgynevezett mainstream marketing meghatározásokkal foglalkozunk, hanem fejest ugrunk a turisztikai márkakommunikáció gyakorlati kihívásainak és megvalósításának témaköreibe. Ma különösen időszerű és aktuális ez a fajta megközelítés, hiszen amennyire az elmúlt húsz esztendőben a világban egyre erősebb trendként jelentkező turisztikai márkázás lehetőségével a magyarországi desztinációk és attrakciók csak kismértékben éltek, a 2017–2018-as nemzeti és helyi szintű turizmusmenedzsment átrendeződésének köszönhetően annyira vált a legfontosabb prioritássá a márkakommunikáció. Ez a totális fordulat feladatot is jelent: először is megérteni, miben rejlik a sikeres márkázás, másfelől a képességek elsajátítása az igazán egyedi attribútumokkal való profilalkotásra.

„Mind the Gap”, figyelj arra a résre, amely a peron és a metrószerelvény között tátong Londonban. Hogyan is jön ez ide? A hazai turisztikai desztinációk többsége, legyenek regionálisak, vagy településszintűek, még mindig nem látják ezt a gapet, ennél fogva sikertelenségre ítélt minden jószándékú törekvésük.

Aktivitások segítségével coach-ollak téged, vezetlek, fogom a kezedet, de nem mondok el mindent: saját kreativitás is kell akkor, ha egyedít, olyasvalamit szeretnél, ami nem tucattermék, nem egy gondolat másolása, hanem a Sajátod, amiben Te vagy benne.

Egyszerű, kézzel fogható példákat hozok, a legfontosabb vázfogalmakat kiemelve, hogy betekintést nyerj a turizmussal kapcsolatos trendi, ugyanakkor minimálisan elvárható üzenetátadási megoldásokba, amelyeken elgondolkodva rögtön rajzolni, skiccelni lesz kedved. Ez a könyv Rólad is szól: ezért kezdünk Veled.

Ám még mielőtt elindulunk, egy rövid kitérőt teszünk a „gap-modellek” világába (Parasuraman, 1988), azért, hogy az egyes eseteket, esettanulmányokat kontextusba helyezhesd. Ezek a gap-ek, vagy nevezzük őket réseknek, valójában eltérések, különbségek vagy hibák. Jól összevethetővé és elemezhetővé teszik a menedzsment által hitt és a fogyasztók által valójában tapasztalt szolgáltatás közötti minőségkülönbségeket, de amint a számok jelzik is, vizsgálható a látogató elvárása és benyomása közötti rés is. Az 1. ábra segít a gap-ek azonosításában, mindjárt itt, ezen az oldalon, így időről időre visszalapozhatsz ehhez a kiinduló vázlatához.

Íme, a szállókártyád

Bevezető

A kötetben bemutatott nemzetközi és hazai példák, esettanulmányok egy olyan logikus láncra kerülnek most felfűzésre, amely értelmezhetővé teszi azt az értéközösséget, amelyben a látogató igénye és fogyasztói magatartása éppúgy benne van, mint a fogadóterület látványosságainak és érdekességeinek igényes és személyre szabott kínálata. Az itt felsorolt válogatás sok évnyi tapasztalat átadása, amelynek a fő célja a legtipikusabb és „legmagyarabb hibák” csapdájának elkerülése. A hazai innovativitásra jellemző, hogy az gyakran eseti, véletlenszerű, gyakorlati tapasztalat alapján jön létre, inkább a kis- és középvállalkozásoknál, gyakran az imitáció kockázatával (Rátz, 2013). A Könyv végén két alapvető kérdésre is választ kapsz:

„Miért megy jól Svájcnak?”;

„Azt hittem, a mi prospektusunk a legjobb, és csak most szembesülök veled, hogy mennyi mindent elrontottunk. Mi a megoldás?”

Előjáróban most csak annyit, hogy akkor vagy a megfelelő úton, ha te magadat adod, ha te magad leszel az attrakciód, vagy turisztikai fogadóterületed lelke. Nélküled mindezek pusztán fizikai, természeti szépségek, kulturális örökségek, termékek, völgyek, vizek, várak. Te teszed őket élővé, a Te történeted lesz a látogató élménye.

Amennyiben ezek a sorok nem hoznak lázba, kérlek, ne is üsd fel a további oldalakat, mert nem ügyintézőknek, nem irodai dolgozóknak, nem beosztottaknak és felelősöknek vettem papírra évtizedes tapasztalataimat. Nem a pozíciód, hanem a szíved, a tenni akarásod, a versenyszellem és a képzelőerőd vezet majd az általam felvázolt úton, amely esetenként kihívásokat is jelent: nemcsak Téged, de környezetet is felrázva kimozdít a kényelmes konvenciók világából, illetve az „eddig is jó volt, ezentúl is jó lesz” típusú hozzáállásból. Belátod majd, hogy az „erre most nincs pénzünk” vagy a „nincs rajta a prioritáslistámon” reakciók sem állják meg többé a helyüket, amikor előállsz majd egy-egy innovatív gondolattal. Nos, ezek szerepelnek a szállókártyádon. Kérlek, foglald el helyed a kreatív turizmus világában! Indulhatunk?