

A Kínai – Magyar turizmus

2005 eredményei

2006 marketinterjú

2005 fobb eseményei és eredményei

- 2005 – hivatalos kezdet;
- Új desztinációk elérése;
- Minden korábbinál több média megjelenés;
- V4-es közös promóció;
- Az ADS turisták számának megduplázása;

A piac

- Növekvő középosztály;
- 29 millió kiutazó;
- Utazási szokások és...
- régiók közötti eltérések;

2006 – marketingterv

- Minden eddiginél több megjelenés;
- 2006 kiemelt célterülete – Guandong és Hong Kong;
- Stratégia együttműködés a Hainan Légitársasággal;
- Szorosabb együttműködés a Nagykövetséggel;
- V4-es együttműködés;

2006 – marketingterv (folyt.)

- Fókuszált marketingtevékenység a közönség irányába;
- Új módszerek a marketingmunka területén;
- Kiemelt szerep az elektronikus médiának;
- Az összes fontosabb kiadványok kínai nyelvre fordítása és piacspezifikus kiadványok készítése;

Tendenciák és célok

- A kiutazók számának növekedése;
- Európa és a kelet-Európai régió növekvő vonzereje;
- Növekvő verseny;
- A pozíciónk megőrzése;
- Min. 10.000 ADS turista;

Akadályok, megoldandó feladatok

- Schengen hiánya;
- A Hainan Légitársaság új járatnyitásának előnyei és veszélyei;
- Az ADS gyakorlata;