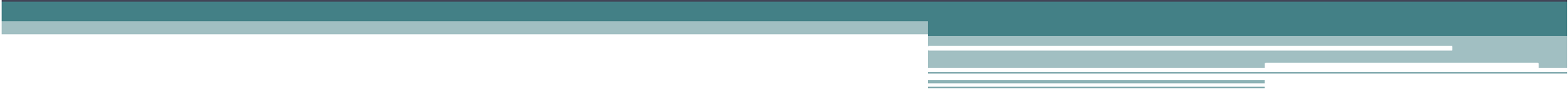


MARKETING

A series of horizontal lines in teal and light blue colors, located at the bottom of the slide, extending from the left edge and ending on the right side.

- profitni cilj marketinških aktivnosti,
- NTO u svojim marketinškim aktivnostima → ciljevi zajednice.
- Marketing aktivnosti na mikro i makro planu moraju biti povezane.

- odgovorni marketing

TURISTIČKO TRŽIŠTE

- tržište - skup svih potencijalnih kupaca koji dele određene potrebe i želje i koji su sposobni da se uključe u razmenu u cilju zadovoljenja tih potreba i želja.
- **Elementi tržišta** su:
 - Tržišni subjekti (ponuda i tražnja)
 - Tržišni objekti (usluge i proizvodi koji su predmet razmene)
 - Cena (novčani izraz vrednosti)

TRAŽNJA

Determinante koje uslovljavaju turističku tražnju su:

- **Socijalno-psihološke determinante:**
 - Demografski faktori
 - Motivacija i ocena moguće koristi
 - Imidž destinacije
 - Percepcija destinacije
 - Svest o mogućnostima koje pruža destinacija
 - Stavovi o destinaciji
 - Raspoloživo slobodno vreme
 - Potrebno vreme za putovanje
 - Iskustvo iz prošlosti o boravku na destinaciji....
- **Ekonomske determinante:**
 - Nivo ličnih primanja
 - Transportni troškovi
 - Fizičko rastojanje
 - Efektivnost marketinga...
- **Egzogene determinante:**
 - Dostupnost resursa
 - Ekonomski rast i stabilnost
 - Političko i društveni okruženje
 - Recesija
 - Tehnološki napredak
 - Nivo razvoja infra i suprastrukture
 - Prirodne katastrofe i epidemije
 - Rat i terorizam
 - Prirodne i kulturne atrakcije
 - Mega događaji
 - Restrikcije, barijere, pravila i zakoni

TRŽIŠNA SEGMENTACIJA

- Geografska,
 - Demografska,
 - Psihografska,
 - Bihevijoralna,
-
- segmentacija na osnovu svrhe putovanja,
 - segmentacija na osnovu potreba, motiva, koristi i aktivnosti na destinaciji,
 - segmentacija na osnovu učestalosti kupovine,
 - segmenatcija na osnovu ekonomskih osobina potrošača,
 - segmentacija tržišta putem cena.



ELEMENTI MARKETING MIXA

- turistički proizvod,
 - cena,
 - promocija,
 - distribucija,
- i tri dodatna elementa:
- ljudi
 - pojavni oblici
 - proces

PROIZVOD

- Doživljaj atrakcije, smestaj, transport, hrana, usluge pružanja informacija (turističke brošure i mape), trgovinske i bankarske usluge i usluge komunikacijskih mreža.
- Karakteristike proizvoda:
 - Neopipljivost
 - Potrošač se kreće ka proizvodu
 - Heterogen
 - Nemogućnost formiranja zaliha
 - Visok stepen uključenosti turista u njegovo konačno oblikovanje

CENA

- Cena je naknada za priznatu vrednost
- dinamičan karakter

Tickets & Tours

- **Imperial Tour**

- 22 room
approx. 35 min.
- € 10,50 / € 7,50
- This tour will give you a picture of the different stylistic eras of the imperial monarchy and the lives of the palace's inhabitants. You will see **the state rooms and private apartments of Franz Joseph and Sisi.**



- **Grand Tour**

- 40 rooms
approx. 50 min.
- € 13,50 / € 9,50
- Besides the state rooms and private apartments of the imperial couple you'll also see **the precious 18th-century interiors from the time of Maria Theresa.**

- **Sisi ticket**

- Schönbrunn Palace, Vienna Hofburg & Furniture Collection
- € 23,50 / € 14,00
- **1 ticket for 3 imperial attractions**
Schönbrunn Palace
Imperial Furniture Collection
Vienna Hofburg with the Imperial Apartments, Sisi Museum and the Imperial Silver Collection - **You save 15 %!**

- **Gold pass**

- Available from 1.4. to 2.11.2011
- € 39,90 / € 19,00
- **Schönbrunn with 1 ticket:**
Schönbrunn with all its attractions - for a whole year!

- **Classic pass**

- Available from 1.4. to 2.11.2011
- **€ 16,50 / € 11,00**
- **4 attractions with 1 ticket:**
A special package with many advantages: Schönbrunn Palace, Crown Prince Garden, Maze and Gloriette

- **Classic pass plus**

- Available from 1.4. to 2.11.2011
- **€ 19,50 / € 12,90**
- **5 attractions with 1 ticket**
Culture, enjoyment, gentle exercise and views - the best price-performance ratio for half a day at Schönbrunn.

- **Winter pass**

- Available from 3.11.2011 to 30.3.2012
- **€ 25,00 / € 12,00**
- **Schönbrunn in winter!**
Lots of attractions at sensationally good value for money - ideal on a cold winter's day.

- **Schloss Schonbrunn Expirience**

- 10 am - 5 pm
- July/August daily
10 am - 5 pm
- **€ 6,50 / € 4,90**
- For children: Here you can find out about the kind of world the imperial children lived in. Afterwards you can dress up as prince or princess

- Vatican Museums under the stars :
Opening from 7pm to 11pm

- Admission tickets:
For visitors who would like to purchase the admission ticket of the Vatican Museums and Sistine Chapel online skipping the line.

- Guided Tours for Individuals:
For individuals who want to join a guided group tour to the Vatican Museums or to the Vatican Gardens.

- Guided Tours for groups:
For groups (more than 16 people) who desire a guided tour to the Vatican Museums or to the Vatican Gardens.

- Guided Tours with exclusive guide:
For groups (up to 15 people) who desire a guided tour to the Vatican Museums or to the Vatican Gardens.

- Educational Tours:
For Primary and High Schools who desire a visit to the Vatican Museums or to the Vatican Gardens.

- Educational Tours and Didactic Laboratory:
This kind of visit is not available in English.

- Animated Educational Tours:
This kind of visit is not available in English.

- Pilgrimages:
For Parishes and Religious Institutions who desire a visit to the Vatican Museums or to the Vatican Gardens.

- University Groups:
For Universities who desire a visit to the Vatican Museums or to the Vatican Gardens.

- Archeological Visits:
Information for Groups wishing to visit the Vatican Archaeological Areas of Via Triumphalis or of St. John Lateran.



MUZEJ VOJVODINE

- **Cene ulaznica**

- **Pojedinačna ulaznica:**

- Dunavska 35: 100 dinara
 - Poljoprivredni muzej u Kulpinu: 100 dinara
 - Etno-kuća „Brvnara“: 100 dinara

- **Ulaznice za đake i studente: 50 dinara**

- **Porodična ulaznica: 200 dinara**

- **Ulaznice za strane turiste – vođenje na engleskom jeziku: 200 dinara**

- **Besplatan ulaz imaju:**

- deca mlađa od 7 godina
 - članovi Muzejskog društva Srbije (MDS)
 - članovi ICOM-a
 - osobe sa posebnim potrebama
 - vojnici



МУЗЕЈ ВОЈВОДИНЕ
MUSEUM OF VOJVODINA



POSEBNA POGODNOST ZA GRUPNE POSETE:

- popust od 20% za ulaznice plaćene preko žiro računa Muzeja Vojvodine
- za odrasle: 80,00 dinara
- za đake i studente: 40,00 dinara
- vezana poseta Muzeju u Dunavskoj 35 i Poljoprivrednom muzeju u Kulpinu - za odrasle: 150,00 dinara
- Pratioci grupa, vodiči i vozači su oslobođeni plaćanja.

KANALI PRODAJE

- direktni
- indirektni

PROMOCIJA (komunikacioni mix)

- Sredstva komunikacionog mix-a su:
 - Propaganda
 - Unapređenje prodaje
 - Veze sa javnošću
 - Lična prodaja
 - Direktan marketing
 - Word of mouth

TURISTIČKA PROPAGANDA

- Turistička propaganda u kulturnom turizmu se deli prema njenom nosiocu na:
 - Turističku propagandu na lokalnom, regionalnom, nacionalnom i višenacionalnom nivou,
 - Turističku propagandu na nivou pojedinih organizacija turističkog i kulturnog sektora.



Opšta propaganda (omogućava stvaranje slike o destinaciji):

- Globalna
- Specifična

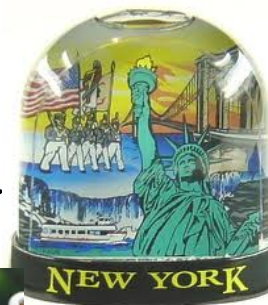
Komercijalna propaganda

Opšti principi turističke propagande:

- Efikasnost propagande
- Ukazivanje na unikatnost destinacije
- Stvaranje pozitivnog utiska o destinaciji
- Prilagođavanje teksta u propagandnom materijalu obrazovnom nivou ciljne grupe
- Biti u modi
- Stvaranje jasne predstave o mogućoj korisnosti putovanja
- Upotreba adekvatnih grafičkih, oglasnih, projekcionih i drugih sredstava turističke propagande
- Isticanje sveukupne atraktivnosti destinacije

Sredstva turističke propagande:

- Grafička sredstva
- Internet
- Oglasna sredstva
- Prostorno plastična sredstva
- Projekciona sredstva





BROŠURA

- Da li je potencijalnom turisti dat jasan razlog da uzme brošuru?
- Da li je jasno identifikovana ciljna grupa?
- Da li će potencijalni turista, na osnovu brošure, moći da navede nekoliko bitnih razloga da poseti destinaciju?
- Da li su u brošuri fotografije koje turista može dovesti u relaciju sa svojim interesovanjem?
- Da li fotografije, na jasan način, ukazuju na korist od posete atrakciji?
- Da li su jasne instrukcije kako stići do destinacije?
- Da li su dati osnovni podaci o uslužnim servisima?
- Da li je tekst odgovarajuće dužine?
- Da li je tekst grafički dobro opremljen?



MARKETING TOTALNOG ODNOSA

- **Gumeson – 30R**

- Interne relacije
- Relacije sa konkurencijom
- Direktne relacije između zaposlenih i kupaca
- Relacije između proizvodnje i marketinga
- Ne tržišne relacije (relacije sa vladom i lobiranje)
- Relacije sa javnošću
- Relacije sa distributerima
- Relacije sa asocijacijama iz branše
- Relacije sa finansijerima
- Relacije sa medijima...

RELACIJE SA TURISTIMA (relacija kompanija-kupac)

SERVQUAL model:

- Pouzdanost
- Sposobnost reagovanja
- Sigurnost
- Empatija
- Opipljivost

INTERNE RELACIJE-RELACIJE SA ZAPOSLENIMA

- personal kompanije
- edukacija osoblja
- interpretatori kulturnih dobara
- interne relacije među zaposlenima
- **Mere koje povećavaju zadovoljstvo poslom zaposlenih:**
 - Nagrađivanje zaposlenih
 - Pružanje informacija svim zaposlenima o misiji i ciljevima organizacije
 - Stalno podsticanje nivoa znanja zaposlenih
 - Pružanje informacija o oceni rezultata zaposlenog od strane supervizora
 - Dobra komunikacija menadžera sa zaposlenima
 - Moć donošenja odluka koje utiču na realizaciju misije i ciljeva organizacije

- anketiranje zaposlenih
- Poznat je **Spector-ov Job Satisfaction Survey (JSS)** koji uključuje sledeće aspekte zadovoljstva poslom:
 - Plata,
 - Promocija,
 - Supervizija,
 - Benefiti,
 - Priznanja,
 - Radni uslovi,
 - Saradnici,
 - Priroda posla,
 - Komunikacija.



RELACIJE SA SPONZORIMA

- kulturne institucije i kulturna dobra - važan aspekt marketinga totalnog odnosa je odnos sa sponzorima
- sponzorstvo - prisutno u Evropi, SAD i Australiji
- sve raznovrsniji oblici saradnje
- sponzorstvo - obostrana korist
- zakonsko regulisanje sponzorstva u kulturi
- razne poreske olakšice.

RELACIJE SA OKRUŽENJEM- DRUŠTVENI MARKETING

- Smisao društvenog marketinga - u vođenju marketinških aktivnosti marketari rukovode i potrebama društva u celini
- marketinške aktivnosti - u skladu sa koncepcijom održivog razvoja turizma
- **edukacija** → turističkih, kulturnih radnika, turista i lokalne zajednice



RELACIJE SA PARTNERIMA

- međusobna saradnja **radnika u kulturi sa radnicima u turizmu**
- saradnja **između ustanova kulture**
- turističke kartice

Urbana - Ljubljana Tourist Card



The best way to explore Ljubljana!

Urbana - Ljubljana Tourist Card is a combined ticket to Ljubljana's major sights enabling you to explore the city in a comfortable way and at the lowest cost.

Benefits

free admission to the city's major sights

free guided city tours

free rides on city buses, the tourist boat, the tourist road train, and the funicular to Ljubljana Castle.

Card prices

Buy your card online and save 10% off the regular price!

Online price	Regular price
--------------	---------------

24-hour card	
--------------	--

€20.70	
---------------	--

	€23.00
--	--------

48-hour card	
--------------	--

€27.00	
---------------	--

	€30.00
--	--------

72-hour card	
--------------	--

€31.50	
---------------	--

	€35.00
--	--------

I amsterdam City Card



The “**I amsterdam**” card (previously known as the 'Amsterdam pass') is a discount card, which gives you free access to several [Amsterdam museums](#), free ticket on public transport within the city, free canal cruise, 50% discount on [P+R parking](#), and several other small gifts and offers including the 25% discount at several Amsterdam restaurants, car and bike rental, gifts, cheese and haring shops and multiple other tourist [attractions](#).

Prices and conditions of use

You may buy the “**I amsterdam**” card for:

24 hours € 39,-

48 hours € 49,-

72 hours € 59,-

The period of time in which you may use the “**I amsterdam**” card begins at the moment you have used it for the first time.



With 24-hour card	Without card	With card	Savings
Public Transportation	1650 HUF	FREE	1650 HUF
Free Lukács thermal bath	3100 HUF	FREE	3100 HUF
Free Museum	1800 HUF	FREE	1800 HUF
Free PocketGuide mobile app.	1500 HUF	FREE	1500 HUF
Dinner in a restaurant	5000 HUF	3500 HUF	1500 HUF
River cruise	5500 HUF	4400 HUF	1100 HUF
Price of the 24-hour card			-4500 HUF
Total savings			6150 HUF (20 €)

cOPENhagen CARD

Free admission to 75 [museums and attractions](#)

[Free public transport](#) by bus, train and Metro

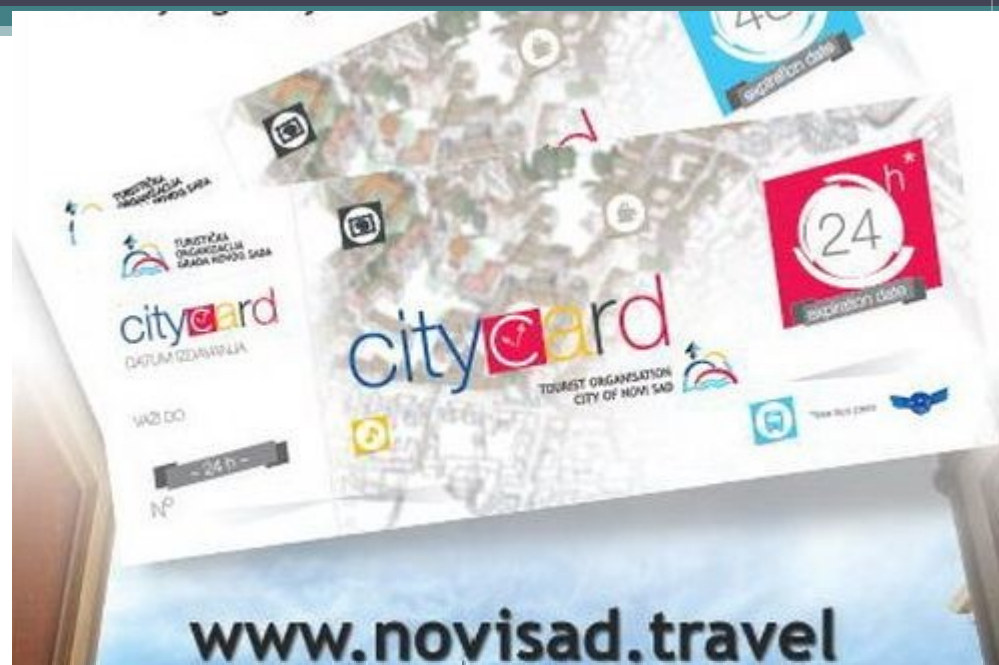
Discounts on [restaurants, car hire and sights](#)

Bring along two children under 10 for free



	Adult	Child
24 hours card	299,00 DKK	159,00 DKK
48 hours card	449,00 DKK	199,00 DKK
72 hours card	529,00 DKK	239,00 DKK
120 hours card	749,00 DKK (100€)	349,00 DKK

NS City Card



- besplatan autobuski prevoz, popusti na restorane, hotele, bioskop, pozorište, NS Bike, muzeje, galerije...
- 24h-700 dinara
- 48h - 1.000 dinara