

# Asociace cestovních kanceláří pomáhá turistickým cílům získávat návštěvníky



V roce 20. výročí založení Asociace cestovních kanceláří ČR vznikla sekce památek a významných turistických cílů, o jejíž činnost projevily velký zájem jak muzea, galerie, hrady, zámky, botanické zahrady, zoologické zahrady, města i obce, tak i cestovní kanceláře a agentury zabývající se příjezdovou turistikou do České republiky a domácím cestovním ruchem.

Česká republika má vzhledem ke své malé rozloze velmi vysokou koncentraci návštěvnických atraktivit pro zahraniční i tuzemské turisty. V posledních letech se samotné památkové objekty i turistické atraktivity do jisté míry stávají klasickým turistickým produktem, a proto je třeba pro udržení nebo zvýšení návštěvnosti uplatňovat všechny dostupné marketingové nástroje.

**Ke zviditelnění turistických atraktivit vedle klasické propagace je vhodné využít i nabídky mnoha různých doprovodných programů, které umocňují zážitek klienta.** Velký význam pro přilákání návštěvníků má i otevření některých dosud veřejnosti nepřístupných prostorů. Důležitou součástí nabídky klientům je vznik nových interaktivních výstav a expozic, které umožní přímé zapojení návštěvníka do děje, což ocení zejména rodiny s dětmi. Moderně koncipované expozice by měly pamatovat i na zahraniční návštěvníky a v neposlední řadě i na klienty handicapované.

Památková péče, průzkum památek i stav historické práce je v České republice na vysoké úrovni. Avšak **vlastní marketing památkových objektů má poměrně velké rezervy.**

„Prodej“ návštěvy turistických cílů naráží na mnohá úskalí. Někdy to je nepochopení správců objektů, kteří se zvýšení návštěvnosti obávají a veškeré aktivity komerčního rázu odmítají jako nedůstojné. Občas se u některých lidí přidává i určitá neochota dělat věci jinak než tomu bylo dopsud.

Na druhé straně pracovníci cestovních kanceláří a agentur z nejrůznějších důvodů často nemají aktuální informace o nabídce významných turistických cílů. Hlavním zádrhelem bývá, že vedení objektů si neuvědomuje, s jakým předstihem musí být informace o novém programu k dispozici pro efektivní nabídku turistům. Pro cestovní kanceláře je pak jediným (a nejjednodušším) řešením nabízet turistům již zaběhnuté programy, což je velká škoda.

**Nové trendy ve vývoji cestovního ruchu jednoznačně ukazují, že propojení cestovních kanceláří a turistických cílů je nezbytné zejména při získávání klientů k opakované návštěvě České republiky.** Jestliže k nám turista přijíždí podruhé nebo dokonce potřetí chce navštívit místa, kde dosud nebyl a často má zájem o nejrůznější specializované programy.

Zájem o činnost sekce se neustále zvyšuje i ze strany cestovních kanceláří i agentur. Představitelé cestovních kanceláří si oblíbili zejména prezentace objektů, o čemž svědčí to, že všechna místa na prezentacích byla zcela obsazena. Cestovní kanceláře a agentury jednotlivé objekty a nové programy zařazují do svých nabídek pro klienty, umísťují na svých webech informace, které od turistických atraktivit získávají.

Asociace cestovních kanceláří globálně hájí zájmy všech svých členů. Sekce památek a významných

turistických cílů usiluje o to, aby jak cestovní kanceláře a agentury, tak i turistické atraktivity získaly co nejvíce klientů. A jak se nám to bude dařit, to záleží jen na nás a naší aktivitě.

Date: 2010-07-14

Article link:

<https://www.tourism-review.cz/jak-nejlepe-zviditelnit-turisticke-cile-pro-nove-navstevniky-news2297>