

VIETNAM POTŘEBUJE ZLEPŠIT MARKETING



I když se situace v cestovním ruchu ve Vietnamu podstatně zlepšila, některé jinak srovnatelné asijské a evropské země jsou na tom stále lépe. Hlavním nedostatkem Vietnamu je chabý marketing a obecná lhostejnost země propagovat své přednosti.

Cestovnímu ruchu ve Vietnamu se zdánlivě daří. Země nedávno zaznamenala velký nárůst ve výstavbě, takže celých 300 km pobřeží je teď pokryto hotely. Podle statistiky navštívilo Vietnam v roce 2010 asi 5 milionů turistů, což je oproti roku 2009 35% nárůst.

Také mezinárodní pověst Vietnamu se podstatně zlepšila a hlavně na západu si lidé tuto zemi spojují s exotickými zážitky. V čem je tedy problém?

I když čísla vypadají příznivě, zůstal Vietnam až za Bulharskem a Ukrajinou. **Kambodža a Laos, které jsou ve stejné oblasti, zase překonaly Vietnam v počtu návštěvníků na jednoho obyvatele.** A zatímco cestovní kanceláře hlásají hesla "kouzelná Indie" a "nádherné Thajsko", Vietnamu slušná propagační kampaň stále chybí. Proto se místní hoteliéři nemohou divit, že se nově postavené hotely potýkají s nedostatkem hostů.

Příčiny neúspěchu jsou dvě: marketing a byrokracie. **Organizace podporující cestovní ruch ve Vietnamu trpí nedostatkem financí a jejich praktiky jsou v mnoha ohledech zastaralé.**

Většina odborníků se shoduje, že země jako Indie a Thajsko mají v této oblasti obrovský náskok a jejich úsilí a investice začínají přinášet ovoce. Zájemci o návštěvu Vietnamu také brzy zjistují, že vízová povinnost jim dokáže zkazit náladu hned na začátku. Hodně lidí nakonec odradí předpis, podle kterého si mohou vyzvednout víza až po příjezdu do země.

Date: 2011-06-20

Article link: <https://www.tourism-review.cz/marketing-ve-vietnamu-zaostava-news2818>