

Lehet, hogy közösen többre jutunk?!

Hogyan építsünk sikeres borturizmust a Strázsahegyen

„Borturizmus itthon és határon túl”
Borászati konferencia

Monor, 2009. október 03.

ECONO CONSULT






I. rész

Stratégiai tervezés jelentősége








ECONO CONSULT



Kiindulási pont

- Strázsahegyi pincefalu egyedi adottságai, sokéves borkultúra
- Strázsa Borrend tevékenysége
- Fejlesztési szándékok, törekvések

⟷

- Infrastruktúra hiánya
- Elhanyagolt területek
- Lakhatási célú ingatlanhasználat terjedése
- Kevés aktív szereplő

Cél?

ECONO CONSULT



Lehetséges fejlődési utak

- Egyes pincetulajdonosok, egyéb szereplők pontszerű fejlesztései

- Egységes stratégia mentén, egyazon irányba mutató fejlesztési lépéssorozattal, összefogással, egymást erősítő elemekből álló komplex rendszer létrehozása



- **A turizmusfejlesztés komplex megközelítést igényel!**



- **Az egyeztetések, konzultációk, az érintettek megkérdezése a fejlesztések társadalmi elfogadását is segíti**

ECONO CONSULT





Adottságok

kerékpárút

úthálózat-fejlesztés

desztinációmenedzsment iroda

kemping

Nikolett panzió

parkolók

fedett kerékpártároló

étterem

magánszálláshelyek

borkóstolók

bormúzeum

Strázsahegyi Kavaró

tanösvény

STRÁZSA (bor, pincefalu)

lovas központ

szabadtéri színpad

Szüreti Sokadalom

borversenyek

Strázsahegyi Tekerő

wellness központ

Strázsa Borút

pinceborozó

borszaküzlet

szatócsbolt

szálloda rendezvénytermekkel

Nyerges Hotel

marketingakciók

nyelvi képzés

megfelelő közművek

információs adatbázis

parkolók

karbantartott zöldfelületek

egységes arculatú pincesorok

ECONO CONSULT



Stratégiai tervezés alapelvei

- **Stratégiai szemlélet** = ad hoc projektek helyett átfogó, jövőbe mutató fejlesztési koncepció (tudatos, hosszú távú fejlődés)
- **Fenntarthatóság** = gazdasági, társadalmi, környezeti és egyéb hatások együttes értékelésével, irányítható folyamatok révén
- **Komplexitás, szinergia** = különböző területeket összefogó, összehangolt program (egymást erősítő hatások kihasználására)
- **Reális, lépcsőzetes fejlesztés** = reálisan megvalósítható célok, egymásra épülő fejlesztési fázisok (hatékony forrásfelhasználás érdekében is)
- **Hatékony forrásallokáció** = piaci működési mechanizmusok, magántőke szerepvállalásának figyelembevétele
- **Széleskörű partnerség** = széleskörű partneri együttműködés, egyeztetés (tervezés megalapozottságának biztosítására, a változások elfogadtatásának elősegítésére, hatékony forrásallokációra)

ECONO CONSULT



A stratégiai tervezés módszere

CÉLOK

Megalapozó vizsgálatok

Stratégia fejlesztési program

Előkészítés, előtervezés projekttervezés

Megvalósítás

ECONO CONSULT



Fejlesztési koncepciót meghatározó tényezők

- Meglévő adottságok: termékek, szolgáltatások, arculat, település, kistérség jellemzői
- Célcsoportok összetétele
- Kialakult imázs
- Versenyhelyzet, versenypozíció
- Keresleti trendek
- Rendelkezésre álló források, támogatási lehetőségek
- Stb.

ECONO CONSULT



Fejlesztési stratégia/program fő tényezői

- Funkciók meghatározása, szakmai tartalom, projektek kialakítása
- Funkciók összehangolása a célcsoportoknak megfelelően
- Terület teherbíró képessége
- Optimális kapacitások meghatározása
- Megvalósítás műszaki feltételei
- Projektek együttműködése
- Helyszín kijelölése
- Arculat


CAMPING

ECONO CONSULT



II. rész

Együttműködések a borturizmusban









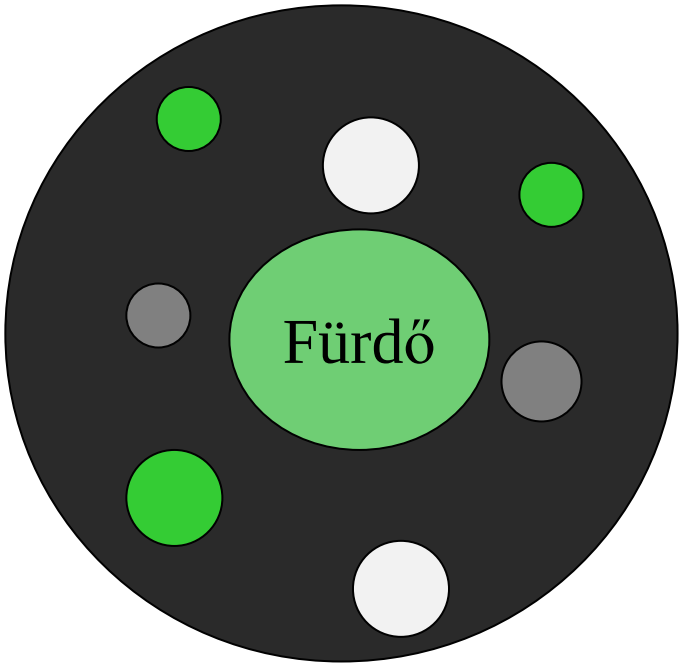




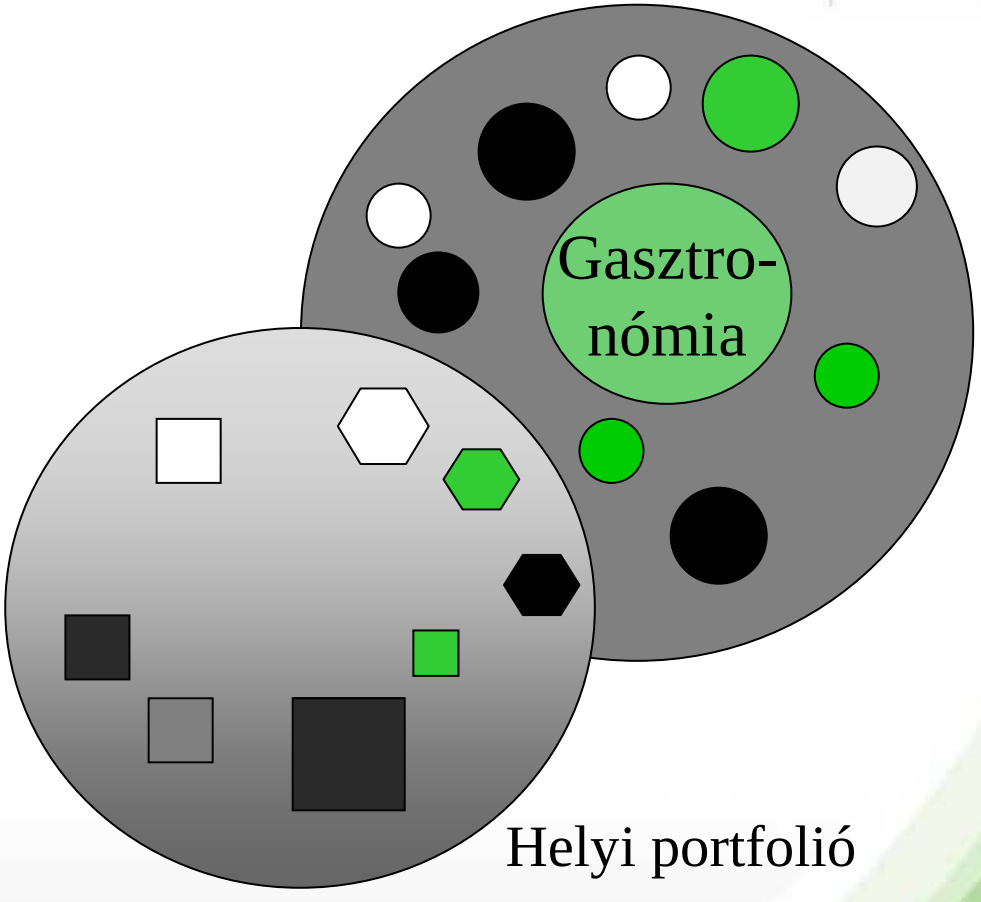
ECONO CONSULT



Helyi/kistérségi portfolió



Helyi/kistérségi portfolió



Helyi portfolió

ECONO CONSULT



A sikeres (bor)turisztikai desztináció alapvetései

<u>ÉLMÉNY</u> nyújtása a látogatóknak

- **<u>Alapfeltétel:</u>** az adott célcsoport minden szegmense igényeinek ismerete
- **<u>További fontos tényező:</u>** kiegészítő elemek rendelkezésre bocsátása

ECONO CONSULT



„Egységben az erő”

- Miért van szükség együttműködésre?
  - → turisztikai trendek, pl.:
    - globalizálódó verseny a turisztikai piacon
    - élmény fontosabb, mint maga a desztináció
    - minőségi szolgáltatások iránti igény fokozódása
    - egyre preferáltabbak a teljes körű, változatos élményt nyújtó térségek
    - főszezonon kívüli utazások arányának növekedése, alternatív utazások iránti igény fokozódása
  - →turizmus pozitív multiplikatív hatásai (gazdasági, társadalmi, foglalkoztatási helyzetre)

➡ Attraktív, minőségi, **egyedi kínálat**, kiépült látogatóbarát **infrastruktúra**, hatékony **marketingtevékenység** szükséges a versenyképességhez!

ECONO CONSULT



Turisztikai értéklánc

A döntés

Vissza-Csatolás



Utazás előtti imázs



Utazás előtti információk



Foglalás



Utazás



Hazaút



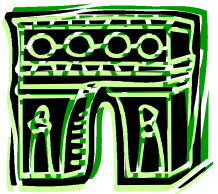
Vendég-Fogadás



Infra-struktúra



Attrakciók



Étkezés



Szállás



Információ



ECONO CONSULT



Együttműködési lehetőségek

- Lazább együttműködések, pl.
  - közös eseményszervezés (pl. Etyek)
  - közös kiadványok megjelentetése (Villány)
  - egy-egy projektelem megvalósítása (pl. tanösvény kiépítése - Monor)
  - értékesítési együttműködések

Jellemzői:

- gyorsan megvalósítható együttműködés
- egyszerűbb működési rendszer
- alacsonyabb működési költségigény
- kevés hozzáadott érték



- Szorosabb együttműködések, pl.
  - kistérségi társulások
  - tematikus utak (Franken)
  - komplex marketingtevékenység (Burgenland)

Jellemzői:

- hosszabb előkészítési idő
- hatékonyabb működési rendszer
- szinergiahatás jobb kihasználása
- jelentős hozzáadott érték!



ECONO CONSULT



Az együttműködés különböző formái

- Tematikus utak (pl. Egri Borút)
- 1-2 napos rendezvények erejéig tartó együttműködés (pl. Etyek)
- Több éjszakás tartózkodást magába foglaló (főleg a bor által motivált) utazás komplex kínálatának összefogása, koordinálása (pl. Frank Borvidék, Burgenland)

ECONO CONSULT



Térségi együttműködés vs. egyediség



Nem kell választanunk *az együttműködés és az egyediség* megtartása között! Sőt, **nélkülözhetetlen a megkülönböztetés**

- a térségi szintű versenyhelyzet kialakulásának elkerülésére,
- a térségi kínálat attraktivitásának fokozására,
- megnyerhető célcsoportok kiterjeszthetőségére!

- Egyediség biztosításának lehetőségei az együttműködés keretében, pl.:
  - azonos termék/szolgáltatás eltérő hasznosítási lehetőségei (pl. pincék különböző hasznosítása)
  - komplex kínálat-együttesen belüli differenciálás (pl. egyedi tematika)
  - célcsoport szerinti differenciálás (fesztiválvendégek vs. A térséget megismerni vágyók)
  - egyedi arculat megteremtése (pl. tematikus arculat – hagyomány, kultúra alapján)
  - kapcsolódó kínálati elemek kialakításának eltérései

ECONO CONSULT



Melyik együttműködési formát válasszuk?

- Adottságoktól, lehetőségektől függ – egyedi megfontolás, értékelés szükséges!

- Szempontok lehetnek:
  - → jelenlegi attraktivitás, vonzerő (pl. mennyire létfontosságú az együttműködés)
  - → adottságok, kínálati elemek (pl. milyen attrakciókkal rendelkezünk)
  - → pénzügyi források rendelkezésre állása (pl. szükséges-e a forrásbevonás)
  - → fejlesztési területek rendelkezésre állása (pl. vannak-e szabad területeink a fejlesztéshez)
  - → meglévő kapcsolatrendszer (pl. vannak-e jó kapcsolataink a bevonandó helyi és térségi szolgáltatókkal)
  - → humán erőforrások (pl. rendelkezésre áll-e helyben vagy ide kell hozni vagy képzés szükséges?)
  - → időtényező (pl. mennyire égető a fejlesztési igény)
  - → területek érzékenysége (pl. bemutathatók-e, bejárhatók-e a területek)
  - → stb.

ECONO CONSULT






Etyek













ECONO CONSULT



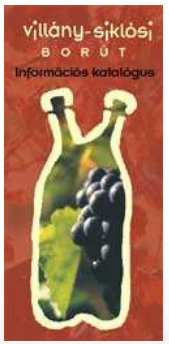



Villány















ECONO CONSULT






Frank Borvidék








ECONO CONSULT



Várható eredmények

- Helyi szereplők aktív együttműködése
- Ingatlanpiaci felértékelődés
- A lakosság életminőségének javulása
- Helyi termékek ismertségének növekedése
- A helyi termékek eladásának ösztönzése
- A desztináció ismertségének növekedése
- A borra alapozott komplex turisztikai termék kialakulása



KÖSZÖNJÜK FIGYELMÜKET!

Bakos Boglárka
vezető tanácsadó, partner

+36 20 570 0449
bakos.boglarka@econoconsult.hu

Duchai Márta
fejlesztési tanácsadó

+36 30 586 9536
duchai.marta@econoconsult.hu

www.econoconsult.hu