

TURIZMUS.COM

SZAKMAI MAGAZIN PROFIKNAK

2021. november

Digitális Turizmus Különszám



CheckIN UP

Balaton BIKE365

www.balatonbike365.hu



: BB365



Bringázz egész
évben a Balaton
környékén!

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Regionális
Fejlesztési Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE



KEDVES KOLLÉGÁK! TISZTELT ÉRDEKLŐDŐK!



A CheckINN UP workshop megszervezését és az ott elhangzott előadások, panelbeszélgetések anyagát utólag egybefoglaló és dokumentáló, tematikus Turizmus.com magazin lapszám összeállítását három tényező motiválta.

A Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány (MTSZA) egyik legsikeresebb szakmai programja 2018–2019-ben a kerekasztal-sorozat volt, amelynek ülései alkalmával a turisztikai szakma képviselői egy-egy aktuális kérdésben kaptak tájékoztatást, folytathattak eszmecsereket. Az üzleti turizmus élénkítésének feladatai, a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (NTAK) bevezetésére való felkészülés, a Giro d'Italia budapesti nagy rajtjának turisztikai hozadécai – csak néhány a tárgyalt témák közül. A Covid-19-járványhelyzet miatt azonban az MTSZA-kerekasztalok sorozata kényszerűen megszakadt. A kormányzat szigorú járványügyi intézkedéseinek, ezen belül az átoltottság magas arányának köszönhetően 2021 nyarán végre újraindulhatott a turizmus, visszanyertük a szabadságunkat – szolgáltatók és vendégek egyaránt. Ezzel egyidejűleg az MTSZA is folytatni tervezi a Covid-járványhelyzet miatt kényszerűen megszakadt kerekasztal-sorozatát. A turizmus teljes helyreállása és további erősödése nagy mértékben azon múlik, hogy az ágazat szereplői miként élnek a digitális technológiák nyújtotta lehetőségekkel. Ezért egy olyan workshopkal gondoltuk újraindítani a rendezvénysorozatot, amely a turizmus digitális transzformációja témakörben vonultat fel jó gyakorlatokat, megvalósult és folyamatban lévő fejlesztéseket.

A szakmai sajtóban ellentmondásos hírek kaptak szárnyra a turizmus digitalizációjával kapcsolatban. Olvashattunk digitális elmaradottságról, közepkori állapotokról, ugyanakkor nyilvánosságra került olyan kutatási jelentés is, amely a közép- és kisvállalkozások – ezen belül a turisztikai szolgáltatók – digitális érettségéről biztató adatokat mutatott. Ezért is fontosnak tartottuk egy „pillanatkép” felvételét, megvalósult és folyamatban lévő fejlesztések bemutatását az ágazati irányítás, a turisztikai ágazat egyes szegmensei és a vállalkozások szintjéről.

A MTSZA-nak a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 tervdokumentum 2.0 verziójában kifejezetten rögzített feladata a digitális transzformáció támogatása, ösztönzése. Feladatunk a szolgáltatók, a vállalkozások felkészülésének, digitális átállásának segítése – ezt szakmai szolgáltatásokkal, például az ágazatban meglévő jó gyakorlatokat felvonultató, innovatív szolgáltatók bemutatkozását, piaca lépését lehetővé tevő szakmai programokkal, rendezvényekkel, print és online B2B-kommunikációval, illetve képzési, szemléletformálási eszközökkel, továbbá az új rendszerek bevezetését, implementációját szolgáló tanácsadói támogatással tesszük meg.

Ennek jegyében készült ez a kiadvány, bízunk abban, hogy kedvet csinálunk, motiválunk, ötleteket adunk vele.



TARTALOM

5 /// TERET NYERNEK A DIGITÁLIS MEGOLDÁSOK A TURIZMUSBAN

CHECKINN UP SZAKMAI WORKSHOP

6 /// ÚJBÓL ELSTARTOLT A CHECKINN TURISZTIKAI INNOVÁCIÓS VERSENY

SZÁLLJ BE EGY JÓ ÖTLETTEL A TURIZMUS ÉLVONALÁBA!

8 /// TURIZMUS ÉS TECHNOLÓGIAI ÚJÍTÁSOK A BEFEKTETŐ SZEMÉVEL

INTERJÚ OSZKÓ PÉTERREL

10 /// A BIG DATA A TURIZMUSIRÁNYÍTÁSBAN

INTERJÚ MÁRKUS GÁBORRAL

46 /// CHECKINN TURISZTIKAI INNOVÁCIÓS HUB

A MAGYAR TURISZTIKAI SZÖVETSÉG ERNYŐMÁRKÁJA



CheckINN UP – A TURIZMUS.COM MAGAZIN Digitális Turizmus Különszáma

Készült a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány megbízásából.

Felelős kiadó: **Turizmus Kft.** /// A szerkesztőbizottság elnöke: **dr. Princinger Péter** /// Médiaigazgató – Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány: **Fenyvesi Judit** (fenyvesi.judit@turizmus.com) /// Projektfelelős – CheckINN Turisztikai Innovációmenedzsment Kft.: **Ilyés Noémi**, innovációs programigazgató (ilyes.noemi@check-inn.hu) /// Főszerkesztő: **Szántó Zoltán** (szanto.zoltan@turizmus.com) /// Adatszerkesztés és korrekktúra: **Halmi Ildikó** /// Layout és nyomdai előkészítés: **Komlósi Dániel** /// Narrátor: **Gaál Tamás** /// Kiadó és szerkesztőség: Turizmus Kft. 1074 Budapest, Munkás utca 9. Telefon: 1/492-0455, e-mail: magazin@turizmus.com, web: www.turizmus.com /// Nyomdai munkálatok: ADUPRINT Kiadó és Nyomda Kft. /// ISSN 2560-1296

DIGITÁLIS ÉLMÉNYMENEDZSMENT A TURIZMUSBAN

12 /// FREE POWER

TÖLTÉS NÁLUNK!

14 /// CSODASMAGYARORSZAG.HU

MEGÚJULT MAGYARORSZÁG HIVATALOS TURISZTIKAI OLDALA

16 /// LIGET BUDAPEST PROJEKT

VILÁGSZÍNVONALÚ KULTURÁLIS VÁROSFEJLESZTÉS

18 /// BALATONBIKE365

KERÉKPÁROS TÚRÁZÁST TÁMOGATÓ WEBOLDAL ÉS MOBILAPPLIKÁCIÓ

A JÖVŐ GENERÁCIÓJA – OKTATÁS

20 /// TURIZMUS AKADÉMIA

DIGITÁLIS TUDÁSBŐVÍTÉS A TURIZMUS AKADÉMIÁNÁL

22 /// CHECKINN TURISZTIKAI INNOVÁCIÓS VERSENY

FORMÁLJUK EGYÜTT A TURIZMUS JÖVŐJÉT!

24 /// MI KIHÍVÁS

BEVEZETÉS A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA VILÁGÁBA

26 /// HOL VAGY, KAJLA?

FEDEZD FEL MAGYARORSZÁG CSODÁIT KAJLÁVAL!

DIGITÁLIS ÜZLETI MEGOLDÁSOK A TURIZMUSBAN

28 /// CHECKINN TURISZTIKAI ÁLLÁSPORTÁL

AZ INNOVATÍV TURISZTIKAI ÁLLÁSKERESŐ OLDAL

30 /// CHECKINN ONLINE PIAC TÉR

TALÁLD MEG ÜZLETI PARTNEREDET NÁLUNK!

32 /// VIRTUÁLIS MICE BUSINESS DAY

KONFERENCIA, ÜZLETI TALÁLKOZÓ ÉS FOGADÁS AZ ONLINE TÉRBEN

34 /// DIGITÁLIS STUDY TOUR PROJEKT

HIÁNYPÓTLÓ MARKETINGESZKÖZ MAGYARORSZÁG NÉPSZERŰSÍTÉSÉRE

DIGITALIZÁCIÓ A SZÁLLÁSHELY-VENDÉGLÁTÁSBAN

36 /// NEMZETI SZÁLLÁSHELY-MINŐSÍTŐ RENDSZER

CÉL A FOGYASZTÓK VÉDELME

38 /// EVERGUEST

A LEGJOBB REPUTÁCIÓTÓL A BEVÉTEL MAXIMALIZÁLÁSÁIG

40 /// TMRW HOTELS

A JÖVŐ SZÁLLÁSHELY-ÜZEMELTETÉSI RENDSZEREI

42 /// MUNCH

FELELŐS ÉTELMENTÉS

44 /// SCREBO

INNOVATÍV DIGITÁLIS VENDÉGLÁTÁS

CHECKINN UP SZAKMAI WORKSHOP TERET NYERNEK A DIGITÁLIS MEGOLDÁSOK A TURIZMUSBAN



Szeptember közepén a Budapest Music Center adott helyet a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány (MTSZA) újragondolt kerekasztal-találkozásának, amelynek fókuszában a hazánkban már létező digitális turisztikai megoldások álltak. A rendezvényt az online térben is követhették a regisztrált érdeklődők.

SZERZŐ: KASZÁS FANNI – SZÁNTÓ ZOLTÁN

Princzinger Péter, a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány kuratóriumi elnöke bevezetőjében kiemelte, hogy a digitalizáció behálózza a turizmus minden szegletét, és az esemény célja, hogy pillanatfelvételt nyújtson az ágazat digitális érettségére vonatkozóan – már létező jó gyakorlatok, vállalatok és szereplők felvonultatásával. Szintén ismertette, hogy az MTSZA szemléletformáló jelleggel hívta életre a rendhagyó szakmai workshopot annak érdekében, hogy a hiányosságok helyett a már megvalósult projektek kerüljenek fókuszba.

Ezután három szakmai előadás következett: elsőként **Márkus Gábor**, a Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) IT-vezérgazdátó-helyettese ismertette a Big Data turizmusirányításban betöltött szerepét, majd **Oszkó Péter**, a OXO Technologies Holding vezérgazdátója tartott előadást a turizmus és a technológiai újítások összefüggéseiről. A workshop harmadik előadója, **Deák Márton**, a Lechner Tudásközpont divízióvezetője azt mutatta be, milyen okosváros-megoldások állhatnak a turizmus szolgálatába.

A délelőtti előadások után panelbeszélgetésekkel folytatódott az esemény. Az első beszélgetés a Digitális élménymenedzsment a turizmusban

címet kapta. Ebben **Princzinger Péter** a Balatonbike 365 projekt kapcsán ismertette, hogy a digitális megoldások jelentősen javítják az utazói élményt. Ezzel **Miklós István**, az MTÜ vezető szakértője is egyetértett, hangsúlyozva, hogy az utazóknak nagy segítség, ha egy digitális szolgáltatásnak köszönhetően több információval rendelkeznek mind az utazásuk előtt, mind az alatt.

A második panelbeszélgetés az oktatásra és a jövő generációjára koncentrált, bemutatva, hogy milyen digitális megoldások érhetők el hazánkban, amelyek szorosan kapcsolódnak az oktatáshoz és a turizmushoz egyaránt. Elmondható, hogy egészen kisiskolás kortól (Kajla Program) az egyetemistákat megszólító CheckINN-programokon át a szakmai képzésekig (Magyar Turizmus Akadémia) szinte mindenhol találunk olyan lehetőségeket, ahol a digitális eszközök is bekapcsolódnak a tudás átadásába és a közösségépítésbe.

A harmadik szekcióban a digitális üzleti megoldások álltak a középpontban, itt már a B2B-kapcsolatok kerültek terítékre. Az üzleti szereplők közötti interakciókban is fontos szerepet játszanak a digitális megoldások, és hazánkban már ilyenekre is akad bőven példa, ilyen például a tavaly a virtuális térben megrendezett MICE Business Day vagy a Visit Hungary által szervezett virtuális study tour programsorozat.

Az utolsó panelben a szálláshelyeken és a vendéglátásban előforduló digitális megoldások kerültek terítékre. A beszélgetésben szóba került, milyen az, amikor a teljes vendégút, az ötleteléstől egészen a visszajelzésig digitálisan történik, de **Babik Edit**, az MTSZA főtájkára bemutatta az új szálláshely-minősítési rendszert is, amely januártól minden magyarországi szálláshelynek kötelező lesz.



Jelen, digitális turizmusról szóló külön kiadványunkban személyes interjúk és projektleírások segítségével részletesen is bemutatjuk a workshopon ismertett iparági jó gyakorlatokat és a folyamatban lévő fejlesztéseket. A szakmai workshop előadásai a QR kódra kattintva, egy rövid regisztrációt követően teljes terjedelemben visszanezhetők.



SZÁLLJ BE EGY JÓ ÖTLETTEL A TURIZMUS ÉLVONALÁBA!

ÚJBÓL ELSTARTOLT A CHECKINN TURISZTIKAI INNOVÁCIÓS VERSENY

Ismételten elindult a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány (MTSZA) ernyőmárkája, a CheckINN által alapított Turisztikai Innovációs Verseny. A fiatal egyetemistákat megcélzó program segítségével a nyertes csapatok ismét nettó 3 millió forintos díjazásban részesülhetnek.

SZERZŐ: BORÓKAI MÁTÉ

A lapzártánk idején elindult verseny immáron a harmadik lesz a CheckINN történetében, hiszen az első verseny 2019-ben került megrendezésre. A kezdeményezés célja, hogy az említett fiatal célközönség segítségével és bevo-

násával olyan új és innovatív ötleteket lehessen feltárni, majd a későbbiekben konkrét piaci körülmények közé becsatornázni, amelyek elősegíthetik a turisztikai szektor fejlődését és megújulását.



A VERSENY ÜTEMEZÉSÉRE VONATKOZÓ INFORMÁCIÓK

TEVÉKENYSÉG	DÁTUM
A verseny meghirdetésének napja	2021. 10. 25.
Első forduló, jelentkezési időszak	2021. 10. 25. – 2021. 11. 21.
Első forduló, jelentkezési időszak lezárulta	2021. 11. 21. 23:59:59
Első körös bírálat [továbbjut-e vagy sem]	2021. 11. 22. – 2021. 12. 05.
Második forduló	2021. 12. 06. – 2022. 01. 02.
Második forduló lezárulta	2022. 01. 02. 23:59:59
Második körös bírálat	2022. 01. 03. – 2022. 01. 31.
Eredményhirdetés	2022. 02. 01.

Szolgáltatás Innováció, Marketing Innováció és Zöld Innováció területein állhatnak elő innovatív ötletekkel.

A pályamunkákat a résztvevőknek egy speciálisan erre a célra fejlesztett online rendszeren keresztül kell benyújtaniuk, ezután pedig megkezdődik a verseny aktív része. Az első fordulóban a szóban forgó csapatoknak egy maximum 3 perces, úgynevezett „elevator pitch” videóban meg kell fogalmazniuk, hogy pontosan milyen módszerekkel és milyen célkitűzéssel szeretnék végrehajtaniuk kívánt tervüket, és hogy ez milyen innovációt jelenthet a magyar turizmus világában.

Az első fordulóban így eldől, hogy az adott ötletet érdemesnek tartják-e a bírálók további kidolgozásra, és amennyiben igen, az adott csapat egyúttal a következő körbe is léphet.

A második fordulóba jutott versenyzőknek ezután az innovációs stratégiájukat kell kidolgozniuk. Ennek tartalmaznia kell az innováció pontos leírását és bemutatását, valamint ki kell dolgozniuk üzleti tervüket is, olyan pontokra kitérve, mint az innováció erőforrásigényének és költségkeretének megszába, vagy a potenciális piacméret, a profit és megtérülési lehetőségek, illetőleg a marketingterv meghatározása.

A pályamunkákat ezután a szervezők által felkért, a turisztikai szektorban nagy szakértelemmel rendelkező bírálók pontozzák majd egy előre meghatározott skála alapján, amelynek segítségével 50 pontig tudják a csapatokat értékelni. A kiosztott pontszámok sorrendje nyomán pedig megszületnek az adott kategóriák végső győztesei.

Az összesen fél éven át tartó CheckINN Turisztikai Innovációs Verseny győztesei csapatonként nettó 3 millió forintos díjazásban részesülnek, ötletükbe fordított rengeteg munkájuk pedig nem megy majd kárba, hiszen – akár az előző évek tapasztalataiból kiindulva – az MTSZA segítségével mentén több projektnek is lehetősége lesz, hogy konkrét piaci környezetben is megvalósulhasson.

A hallgatók ötletei mindamelllett, hogy a versenyen is megmérettetnek egymással, a későbbiekben akár a gyakorlatban is hozzájárulhatnak a hazai turizmus fejlesztéséhez.

Az előző évekhez hasonlóan az idei kiírásban is háromfős csapatok nevezhetnek, bővültek azonban a csapatok összetételére vonatkozó lehetőségek: a versenyben ezentűl az összes nappali, esti és levelező tagozaton tanuló hallgató részt vehet, aki hallgatói jogviszonnyal rendelkezik valamely magyarországi egyetemen, illetve főiskolán, és hallgatói státuszuk a 2021/2022-es tanév őszi félévében aktív, emellett nagykorúak és cselekvőképesek. Nem szükséges tehát a továbbiakban, hogy a csapat egyik tagja turizmussal kapcsolatos egyetemi tanulmányokat folytasson.

Ezzel egy időben a pályamunkák témája is változik. A résztvevők az idei kiírásban a **Szállodaipar-vendéglátás**, az **Aktív turizmus** és **Közlekedés, mobilitás** kategóriákban pályázhatnak, ezeken belül pedig a Digitális, IT Innováció,



További információ:
 innovacio.
 check-inn.hu

TURIZMUS ÉS TECHNOLÓGIAI ÚJÍTÁSOK A BEFEKTETŐ SZEMÉVEL

A turizmus és a technológiai újítások összefüggéseiről tartott előadást a konferencián befektetői szemszögből Oszkó Péter, a OXO Technologies Holding vezérigazgatója. A szakember szerint ma már az utazás folyamatának jelentős része – az inspiráció, a tervezés és a foglalás – elsősorban a digitális térben realizálódik, csak maga az utazás és az élményszerzés valósul meg a fizikai térben, utána az élmények megosztása újra digitálisan történik.



Milyenek látja a digitalizáció szempontjából a turizmust a gazdaság más részeihez képest?

Vannak olyan ágazatok, amelyek teljesen digitalizálhatók, vagyis ahonnan teljesen kiiktathatók a fizikai érintkezések és megoldások. Ezek jó ideje már a technikai forradalom állapotában vannak: nézzük csak a képalkotás vagy a zenekiadás világát, a digitalizáció okozta változások itt rövid idő alatt elsöpörték a régi szereplőket, például a nagy lemezkiadók jó részét. De sok más helyen zajlik a technológiai forradalom, legyen az a közlekedés, a kereskedelem vagy akár a pénzügyi szolgáltatások. A turizmusban is jó ideje elindult már a változás, emlékezzünk vissza, hogy az aggregátor oldalak elvitték az utazási irodák forgalmának egy jelentős részét. Ugyanakkor még mindig szerencsésebb helyzetben van a turizmus, mint más ágazatok, van lehetőség behozni a lemaradásokat. Nem feltétlenül „mennek a kukába” a régi szereplők, viszont lesznek, akik a digitalizáció révén versenyelőnyre tudnak szert tenni. A turizmus, meglátásom szerint, vegyes ágazat marad, mindig is szükség lesz a személyes érintkezésre és a fizikai eszközök és megoldások megtartására, legalábbis az élményszerzés fázisában. Nem mindegy persze, hogy ki fölözi le a hasznot: a turisztikai szolgáltatást nyújtó vállalkozás vagy egy foglalási oldal. Ezért a turisztikai vállalkozásoknak is aktívan részt kell venniük a digitalizációs folyamatban. Az is tény, hogy a válság előtti tömeges turizmus idején sokaknak nem volt idejük a fejlesztéseken gondolkodni, most viszont érdemes kihasználni a jelenlegi, csendesebb időszakot, és elindítani a digitális felzárkózást.

KARRIER

A Big4 tanácsadó cégeknél kezdte pályafutását, végigjárta a ranglétrát, majd hét év után cégtárs lett a Deloitte-nál. 2009–2010-ben pénzügyminiszter volt, azóta kockázati tőkebefektetéssel foglalkozik, 2014 óta a saját cégét igazgatja. Az OXO Technologies különböző fázisú innovatív technológiai fejlesztésekre fektet be. A társaság idén ősszel került be a Budapesti Értéktőzsde Xtend piacára, részvényeinek árfolyama a jegyzés óta másfélszeresére ugrott.



Hallgassa meg
a cikket!

„NEM MINDEGY, HOGY KI FÖLÖZI LE A HASZNOT: A TURISZTIKAI SZOLGÁLTATÁST NYÚJTÓ VÁLLALKOZÁS VAGY EGY FOGLALÁSI OLDAL, EZÉRT A TURISZTIKAI VÁLLALKOZÁSOKNAK IS AKTÍVAN RÉSZT KELL VENNÜK A DIGITALIZÁCIÓS FOLYAMATBAN.”

Őn óriási lehetőséget lát a turizmus digitalizációjában, ez az OXO portfóliójából még nem látszik...

Korábban volt egy online foglalási platform, amelybe befektettünk, de mivel pénzügyi befektetők vagyunk, a stratégiánk része, hogy egy idő után kiszállunk a beindult projektekből. A portfóliónkba tartozó vállalkozások ismertebb része már érett befektetés, és tény, hogy a turizmus terén Magyarországon és a régióban jelenleg még nincs sok ilyen érett, stabil digitális megoldásokat kínáló vállalkozás. Ezzel szemben sok projekt van a kezdő fázisban, ahol mi is jó ideje aktív befektetők vagyunk. Azon dolgozunk, hogy ebben a korai fázisban találjunk minél több turisztikai innovációt, és a segítségünkkel ezek közül minél több életképes projekt jöjjön létre. Ha minden jól megy, egy-két hónapon belül lehet ilyen induló turisztikai vállalkozás a portfóliónkban.

A nyáron szerveztek egy innovációs pályázatot. Kaptak-e turizmussal kapcsolatos ötleteket?

Kapcsolson szerveztünk Innocamp néven egy hétvégi tábort, amelyre azokat hívtuk meg, akik érdekes ötleteket küldtek be a pályázatra. Ezek közül választottunk ki tíz ötletet, amelyeket csapatokba rendeződve dolgoztak ki kész elképzeléssé a résztvevők. A tizből három turisztikai elgondolás volt. Ezek közül az egyiknek a továbbvitelén fogunk várhatóan együtt dolgozni.

Mi történik azután, ha találnak egy megfelelő innovációs ötletet?

30-50 millió forint közötti összeget biztosítunk a projektgazdáknak, hogy eljussanak az ötlettől

a termék vagy szolgáltatás piacra viteléig. Elvárásunk, hogy a megvalósításhoz már rendelkezésre álljon egy csapat és egy kész üzleti modell. Ezután egy-másfél évük van arra, hogy a megoldásokat eljuttassák a potenciális ügyfelekhez. Ha az elképzelés használható állapotba kerül, és pozitívak a visszajelzések, vagyis szakszóval élve a projekt validálva van, akkor következhet akár egy következő körös befektetés is. Nemcsak mi szállunk be, jöhetnek más befektetők is. Volt már több ilyen sikersztorink, mással közösen 5-600 millió forintot fektettünk be több, hasonlóan sikeresen felépített vállalkozásba.

A projektek megvalósításához nem hitelt adunk, hanem kisebbségi tulajdonrészt kapunk a befektetésért cserébe. Akkor jutunk újra a pénzünkhez, ha a cég értéke növekszik, és úgy szállunk ki belőle, hogy magasabb áron adjuk el a részünket. A kockázati tőkebefektetések ökölszabálya szerint akkor biztosít számunkra bármi megtérülést a tevékenységünk, ha a projektek egyharmada teljesíti az üzleti tervet, egyharmaduk működőképes lesz ugyan, de esetleg alulteljesít, és legfeljebb egyharmadot kell leírni veszteségként. Nálunk ennél szerencsére jobb az arány.

A digitalizációnak vannak árnyoldalai is, például munkahelyek szűnhetnek meg miatta...

Azt kell látni, hogy ez nem csupán egy technológiai folyamat, hanem egy komplett társadalmi átalakulás mozgatórugója. Aki megérti és magáévá teszi ezt az elgondolást, az nyertes lesz. Ugyanakkor a digitalizáció sem mindenható: van, ahol

kiváltja az élmunkát, és van, ahol nem. A turizmusnak abban a fázisában, amikor valaki élményt gyűjt, akkor igenis akar találkozni emberekkel. Egy vezetett túrán érték a személyes találkozások, és nem váltható ki általában valamilyen technológiai megoldással.

Ugyanakkor például a takarítás robotizálása hasznos lehet, rengeteg munkaerőköltséget meg lehet vele takarítani. Természetesen az így felszabaduló munkaerőnek meg kell találnia a helyét a turizmusban vagy a gazdaság más területein, ez egy komplett társadalmi kihívás, amire például a képzési rendszernek kell választ adnia.

A digitalizáció elérte immár a legkisebb falusi szobakiadókat is. Mari néni hogyan tud megbirkózni ezekkel a kihívásokkal?

Ma már teljesen természetes, hogy a széles sávú internet az ország legtávolabbi sarkaiba is elér, bárki tud a világhálón keresztül vásárolni, zenét hallgatni, filmet nézni, akárhol is éljen. Ez óriási lehetőség például a fiatalabb generációk tagjai számára. Lehet, hogy nem minden idős szobakiadó fogja megtanulni az új digitális rendszert – bár az érintőképernyő használatát bárki nagyon könnyen elsajátíthatja –, de lehet, hogy a néni városba elszármazott unokája meglátja az üzleti lehetőséget, és éppen emiatt fog hazaköltözni. A digitális nomádok egyre népesebb globális tábora is ezt bizonyítja. Azt is érdemes megjegyezni, hogy egy felhasználóbarát számítógépes programot sokkal egyszerűbb megtanulni, mint egy új szakmát.

A BIG DATA A TURIZMUSIRÁNYÍTÁSBAN

Jelen idejű adatok és mélyreható elemzésük nélkül a turizmusirányítás csak kullogna az események után – állítja a Magyar Turisztikai Ügynökség IT vezérigazgató-helyettese. Márkus Gábor, az MTÜ digitális stratégiájáról és legújabb fejlesztéseiről tartott előadásából az is kiderült, hogy akár több százezer megtagarítást is jelenthet a turizusból érkező naprakész információk feldolgozása.



Honnan indultak, amikor 2017-ben nekiláttak az MTÜ új digitális stratégiájának?

Az elmúlt évtizedben a digitalizáció alapjaiban változtatta meg a turizmust, az utazástervezést, a foglalási szokásokat, az üzleti modelleket, de mindenekelőtt a vendégek elvárásait. Éppen ezért megkerülhetetlen fogalom, ha az ágazat hosszú távú versenyképességéről, fenntarthatóságáról és hatékonyságának növeléséről beszélünk.

2017-ben az MTÜ csak a Központi Statisztikai Hivatal adataiból tudott dolgozni, amelyek sok esetben túlzottan aggregáltak voltak, ami nem tette lehetővé a turisták szegmentálását, a rendszeresen gyűjtött adatok köre és mélysége korlátozott volt, és nem kellett naprakész. Ezért az MTÜ 2020–2030-as stratégiájának megalkotásakor felmerült, hogy a turisztikai ügynökség kifejlessze a saját adatgyűjtő és adatelemző rendszerét, amely nagy mennyiségű, gyorsan változó adatot strukturáltan és naprakészen tud feldolgozni. Ezzel lehetővé válik, hogy a turizmusirányítás ne megérzéseken alapuljon, hanem tényeken, és minden intézkedés, fejlesztés és kampány viszemérhető legyen. Hiszen a jövő az adatvezérelt döntéseké, melynek a kulcsa az adatok megfelelő gyűjtése és azok helyes elemzése. Ez lett a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ, az NTAK.

A turistaérkezések száma ekkoriban minden korábbi rekordot megdöntött. Ez is közrejátszott az adatszolgáltatás bevezetésében?

Valóban, a 2010-es évek második felében egyre több turista jött Magyarországra, de alig rendelkezünk róluk információkkal. Megnéztük a jó

KARRIER

Biztonságszervezői szakon szerezte mérnök-informatikus diplomáját 2007-ben. 2005-ben kezdett dolgozni hazai és nemzetközi telekommunikációs cégeknél. 2010-ben csatlakozott a Magyar Közút NZrt. informatikai üzemeltetési csapatához, ahol a hálózati és távközlési technológiák menedzselése és megreformálása volt a feladata. 2017 óta a Magyar Turisztikai Ügynökségnél az informatikai vezérigazgató-helyettesi pozíciót tölti be.



Hallgassa meg
a cikket!

„AZ MTÜ SAJÁT ADATGYŰJTŐ ÉS ADATELEMZŐ RENDSZERÉNEK KIFEJLESZTÉSÉVEL LEHETŐVÉ VÁLT, HOGY A TURIZMUSIRÁNYÍTÁS NE MEGÉRZÉSEKEN ALAPULJON, HANEM TÉNYEKEN, ÉS MINDEN INTÉZKEDÉS, FEJLESZTÉS ÉS KAMPÁNY VALÓBAN VISSZAMÉRHETŐ LEGYEN.”

gyakorlatokat a világban, és egy hasonló horvátországi rendszer tapasztalatait alapul véve fejlesztettük ki a saját adatszolgáltató és -elemző rendszerünket, az indulástól számított egy éven belül pedig már a tesztelés fázisában jártunk.

Az NTAK-ra való átállás sokak számára nagy ugrást jelentett, nem is fogadta mindenki egyöntű lelkesedéssel.

A hazai turisztikai szolgáltatók nagy része még néhány évvel ezelőtt is csak kevés digitális megoldást használt. A legnagyobb kihívás a kisebb családi vállalkozások, különösen a nagyszámú magánszálláshely digitalizálása volt. Sikeresen vizsgáltunk, amit jól mutat az, hogy az ingyenes VENDÉGEM szoftver segítségével közel 30 ezer magánszálláshely szolgáltató ma már naponta adatot. Az NTAK volt az a fejlesztés, amely sokakat átbillentett a digitalizáció felé. A szálláshely-szolgáltatók is felismerték, hogy az adat nemcsak az MTÜ-nek érték, hanem nekik is, hiszen ők maguk is lehívhatják és használhatják azokat.

Természetesen ezek mind anonim, statisztikai adatok, hiszen minket általánosságban érdekelnek mondjuk a 30 éves német egyedülálló turista preferenciái. Ha pedig sok helyről érkezik információ, akkor előrejelzésekre is képesek lehetünk. Ez nemcsak a marketingtevékenységünket segíti, de nagyon jól jön például az attrakciófejlesztéseknél is.

Hogyan segíti a munkájukat, hogy jövőre már a vendéglátóhelyekről és a turisztikai attrakciókról is látnak adatokat?

Mi az ügynökségénél azon dolgozunk, hogy az ágazat minden területén megvalósuljon a di-

gitális átállás, és a szereplők felkészüljenek a továbblépésre egy korszerű, eredményes jövő felé. Hamarosan teljes rálátásunk lesz a szektorra, hiszen november elsejétől 50 ezer vendéglátóhely és attrakció csatlakozik az NTAK rendszeréhez, így 2022 év végére, 2023 elejére már a turizmus egészére nézve is érdemi információk lesznek láthatók. Hiszen nemcsak vendéglátóhelyekre, múzeumokra, kastélyokra, várakra terjed majd ki az adatgyűjtés, hanem a fesztiválokra, fürdőkre is, azaz mindenre, ahol jegyértékesítés zajlik.

Az átállás után információk állnak majd rendelkezésre a vendéglátóhelyek kapacitásairól és a főbb fogyasztási kategóriákról, ami érdekes összefüggésekre világít rá. Látni fogjuk például, hogy az adott helyen hányan fizettek, mekkora összeget, azon belül mekkora értéket képviselt az étel és ital, mennyi alkoholos ital fogyott. Látható lesz az is, hogy az attrakciónál, fürdőkben hány jegyet vásároltak, és milyen arányban keltek el például a diák, nyugdíjas, csoportos vagy családi jegyek. Pontosan mérhetővé válik az is, hogy a fejlesztések során fontos szempontként kezelt négy évszakosság mennyire tud megvalósulni, és az is, hogy a korszerűsítések, minőségi, kapacitásbeli fejlesztések vagy szolgáltatásbővítések hogyan hatnak a vendégforgalomra. Mindez nagyban segíti az ágazat hatékony irányítását, ezért is nagyon fontos, hogy egy egyszerű folyamat keretében az érintett szolgáltatók regisztráljanak az info.ntak.hu felületen.

Az MTÜ-nél milyen adatmennyiséggel dolgoznak?

Rengeteg adatról beszélünk, a jelen pillanatilag 6000 gigabyte-nál is több adatot gyűjtöttünk be.

Ennek feldolgozására fejlesztettünk egy adatelemző rendszert, amely nagyjából egy időben épült az NTAK-kal. Az NTAK gyűjti a depersonalizált adatokat, a másik rendszer pedig kiértékeli őket. Egy hatalmas számításkapacitással bíró rendszert, egy szuperszámítógépet képzeljünk el, amely képes nagyon gyorsan feldolgozni és strukturáltan megjeleníteni az adatokat. Az MTÜ székházában számos kijelzőn láthatók a napi szintű adatok.

A fejlesztés folyamatos: ha az MTÜ vezetése speciális adatelemzésre szolgáló dashboardokat kér, akkor azt a kutatási részlegünk algoritmusok formájában összerakja, mi pedig beépítjük az adatelemző rendszerbe, és így újabb és újabb aspektusból látunk rá a turizmus alakulására.

Az előadásából kiderült, hogy mobiladatokat is gyűjtenek.

A Big Data-stratégia megszületésekor már látszott, hogy a mobilcella-információk nagyon hasznosak; ma már ezeket is feldolgozzuk az adatelemzések során. Például megtudjuk belőle, hogy melyek a frekvenciált turisztikai attrakciók, mennyi időt töltenek a látogatók egy-egy helyszínen, milyen más attrakciókat keresnek fel, milyen nemzetiségűek, sőt az is kiderül, hogy mennyire volt sikeres egy-egy marketingkampány. Ne felejtsük el, hogy ezek az adatok előrejelzésekre is lehetőséget adnak, az előfoglaltsági adatok alapján például látjuk, hogy adott időszakra hova és milyen kampányt indítsunk. Úgy gondolom, hogy az adat most a legjobb befektetés, amely szinte azonnal megtérül.

A mai világban mindenki számára fontos, hogy szinte állandóan elérhető legyen és online kapcsolatot tudjon tartani környezetével. Mobiltelefonon intézzük napi ügyeinket, a legtöbb feladatot alkalmazások segítségével az interneten bonyolítjuk le. Állandó probléma viszont a napközben lemerülő telefonok töltése, mivel a mobilkészülékek technikai fejlődésével nem tartott lépést az akkumulátorok kapacitása. Sokszor felkészületlenül ér minket a helyzet, hogy hol és hogyan tölthetnénk fel telefonunkat. A Free Powerrel megoldást kínálunk erre a mindennapos problémára: applikációink segítségével könnyen megtalálhatjuk a hozzánk legközelebb eső töltőpontot.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A turisztikai és vendéglátóipari egységek számára kiemelten fontos elérni a vendégeket, kapcsolatot teremteni a látogatókkal. A Free Power partnerhálózatának tagjainál a vendégek egyszerűen és kényelmesen feltölthetik mobilkészülékeiket, miközben ők is feltöltődnek egy finom ebéd vagy egy frissítő ital mellett. Ezzel a lehetőséggel emelkedik a vendégek száma, valamint az ott-tartózkodás ideje, ezáltal nő a fogyasztás is. Szolgáltatásunkkal az éttermek, kávézók, bárók is képesek elérni a távolabbi potenciális ügyfeleiket, növelni vendégszerző képességüket. Az applikáció segítségével a vendéglátóipari egységek új megjelenési felületet kapnak, ahol bemutatathatják saját vállalkozásukat. Az éttermekben, bárókban az asztalra kihelyezett töltők segítik a készülékek működését. A turisztikai pontok (Tourinform irodák, fürdőkomplexumok) esetében szórakozás, kikapcsolódás közben a hordozható powerbankok által vihetik magukkal az energiát a vendégek. A látogatók kedvenc eszközük feltöltése után pozitív felhasználói élménnyel távoznak.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

A Free Power honlapján keresztül csatlakozhatnak új partnerek a hálózatunkhoz. Partnereink a weboldalon tudnak rendelést leadni, a regisztrációt követően pedig ugyancsak itt tölthetik fel az adatlapjukat, amely az applikációban jelenik majd meg. Az iOS és Android platformra elérhető applikációt úgy fejlesztettük, hogy 20 másodperc alatt megtudja a felhasználó, hol található a közelében töltőpont. Ha navigációra van szüksége, mindössze öt kattintás után már el is indulhat a leggyorsabb útvonalon.

Töltőink tesztelési szakaszban járnak, asztalra helyezhető és dokkolós kivitelben. Utóbbi a látogatók magukkal is tudják vinni. Jelenleg hét aktív partnerünk használja a termékeinket: Nekem a Balaton – Csücsök, Sieger Sport & Gastro Bar, Irodalmi Kávézó, Elixir Bar n' Kitchen, Kocka Kultúrköcsma, Deck Bistro & Bar, Gizi Grillbar.

Mini hálózatot hoztunk létre a győri Széchenyi Egyetem területén működő három vendéglátó egység segítségével. Célunk megérteni és felmérni célközönségünk igényeit, szokásait.

A Hiventures és a Startup Campus által megrendezett CheckINN Befektetői Inkubációs Programban 2021-ben a cég döntős helyezést ért el.

A Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány meghívására az idén rendezett CheckINN UP Workshopon Lőrincz Zoltán fejlesztő-ügyvezető panelbeszélgetésen vett részt „Digitális élménymenedzsment a turizmusban” témában.



LŐRINCZ ZOLTÁN ÜGYVEZETŐ, FREE POWER

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

Terveink között szerepel tőkefinanszírozás biztosítása a hálózat kiépítéséhez, hogy minél nagyobb infrastruktúrával rendelkezünk Magyarországon, később pedig külföldön, továbbá szponzorvállalat szerződtetése a hálózat mögé. Tervezzük startupunk zöldenergiával való párosítását napelemes powerbankokkal. Ennek megtervezéséhez, kivitelezéséhez keresünk olyan vállalkozásokat, amelyek szintén fontosnak tartják a megújuló energiát és a fenntarthatóságot.



Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

www.freepower.hu





Azok a vendéglátóipari vállalkozók, üzletvezetők, akik szeretnék fejlődni, illetve akik számára fontos a vendégeik kényelme, magas szintű kiszolgálása, felismerik a szolgáltatásban rejlő erős vendégszerző potenciált, ráadásul a Free Power-hálózatba belépve környékükön egyedülállók válnak.

A Free Power a vendéglátás és a turizmus piaci szereplőinek biztosít elérhető árú bérleti lehetőséget vendégeik telefontöltési problémáinak megoldására kihelyezett powerbankok és töltőkábelek formájában. Ezen töltőpontokat mobilapplikációban gyűjtjük össze, amelyben biztosítjuk partnereink számára a megjelenést. A felhasználók/vendégek az applikációból tájékozódnak, melyik piaci szereplőnél találják meg a szolgáltatást.

Partnereink saját adatlapot kapnak, amelyben szerepelhet bemutatkozó szöveg, fotók és videó, nyitvatartási idő, elérhetőségek, fizetési lehetőségek, étlap, kuponok, akciók. A Free Power-pontokat megnyitva a felhasználó pon-

tos helyzetét egy automatikus helymeghatározó azonosítja. A töltőpont listázása távolság alapján történik, a vendéglátó egység neve alatt a pontos távolság is megjelenik, ezzel megkönnyítve a szelektálást a felhasználónak, aki kedvére válogathat a számára szimpatikus helyek között.

Partnereink elhelyezkedése térképes nézetben is megtekinthető. Lehetőség van a navigáció segítségével a leggyorsabb és legrövidebb útvonalon elérni a töltőpontot. Miután a felhasználó kiválasztotta a töltőpontot, az okostelefonokon a gyárilag telepített Google Maps navigáció nyílik meg, automatikusan betöltve a tartózkodási helyet és az úti célt.

Az indulás opciót választva a navigáció a legjobb útvonallal elindul. A teljes folyamathoz összesen öt kattintás szükséges, amely során minden kitérés automatikus. A felhasználó 5 százalékos akkumulátortöltöttségi szint esetén egy egy kilométer sugarú körben eljut a töltőpontra.

Az applikációban lehetőség van arra, hogy partnereink akciókat és kuponokat osszanak meg, az étlapot pedig PDF formátumban feltölthetik, így elősegítve az érintésmentes rendelést. Partnereink kihelyezik a bejáratú ajtajukra partnermatricánkat.

Olyan powerbankokat bérelhetnek tőlünk partnereink, amelyek megjelenésükkel, minőségükkel és töltési képességükkel illeszkednek a turizmus és vendéglátás szereplőinek igényeihez. A powerbankok gyorscsatlakozóval rendelkeznek, így töltésükhöz nincs szükség külön töltőkábelre, a dokkolóba vagy a töltőtálcára helyezve azonnal elkezdődik a töltésük. A powerbankok kizárólag ezeken keresztül tölthetőek, otthoni körülmények között használhatatlanok, ráadásul le is zárhatók, így a vendégnek nem áll érdekében megtartania, magával vinnie azt. Az 5V-2,1A kimenő gyorsöltést biztosító powerbank a jelenleg kapható okoseszközök 98 százalékához használható: a felhasználók beépített Lightning (iPhone), USB C, és micro USB kábelekkel csatlakoztathatják hozzá a telefonjukat, egyszerre akár többet is. Lehetőség van még hagyományos USB kimeneten keresztül – töltőkábellel – más típusú csatlakozókkal is tölteni a készülékeket.



A csodasmagyarorszag.hu és visithungary.com Magyarország hivatalos turisztikai weboldala, a B2C imázskommunikáció elsődleges online felülete. Míg az első a hazai turistákat szólítja meg, addig a második a nemzetközi utazóknak szolgál hasznos, naprakész információval és hírekkel immár 17 nyelven. Az aktuális üzenetek mellett a honlap struktúrájában követi a világszintű trendeket, azaz a desztinációs és turisztikai termékkínálat szerinti bontás mellett az utazás megtervezéséhez segítséget nyújtó blokk is kiemelt helyet foglal el a menüben. Komoly előnye, hogy szegmentáltan szólítja meg a felhasználókat, így a különféle célcsoportok könnyen megtalálják a számukra legizgalmasabb és leginkább releváns tartalmakat, ajánlókat.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A célzott marketingtevékenység és a bizalom erősítése kiemelten fontos szempontoknak bizonyultak a járványhelyzet enyhülése után, amikor a korlátozások oldásával lassan megindulhatott a regenerálódás a turizmusban. A várakozásoknak megfelelően az utazási kedv intenzíven növekedett az elmúlt időszakban, a turisták jelentős része a korlátozások feloldása után azonnal útra kelt. A koronavírus-járványt követően az utazások tervezésénél drasztikusan csökken a foglalási ablak, azaz átlagosan alig két-három hét telik el a foglalás és az utazás időpontja között, és kiemelt szerepet kapnak a digitális felületek.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

A projekt indulásakor egyaránt meghatároztunk rövid és hosszú távú célokat. A fejlesztés első üteme során elsősorban a rövid távú célok elérése volt fókuszban, ezek voltak azok a szükséges dizájn- és funkcióbeli újítások, amik már jelentős előrelépést jelentettek a korábbi weboldalhoz viszonyítva. A projekt kezdetétől fogva szem előtt tartjuk a SEO-szakértők által meghatározott KPI-okat, illetve az oldalbetöltési sebesség javítását.

A fejlesztés részeként nagy mennyiségű új tartalommal is gazdagodott az oldal, csupán az első ütem alatt több mint ezer darab új cikk került fel, amelyek között vegyesen találhatók attrakcióleírások, tematikus cikkek, útvonaljavaslatok és egyéb praktikus információk. Hatalmas előnye az oldalnak, hogy a tartalmak végigkísérik és információval látják el az utazót az inspirációs fázistól egészen az utazásig.

A belföldi oldal idén tavasszal indult el, nem sokkal a korlátozások feloldása előtt, így a hazai utazóközönségnek már volt alkalma inspirálódni és megtervezni hosszú idő után az első belföldi utazását ennek segítségével. A turizmus újraindulása során már a Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) kampányai is a megújult honlapra terelhették az érdeklődőket. A 2021 nyarán elindított adatvezérelt kampány pedig még hatékonyabban szólíthatta meg a hazai és nemzetközi utazóközönséget.

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

Az oldalak fejlesztése folyamatosan zajlik, hétről hétre kerülnek fel új tartalmak és új funkciók, azonban ős végével elindul a második fejlesztési ütem, amely további jelentős funkciókat foglal magában. Kiemelt célunk, hogy akadálymentessé tegyük az oldalt, emellett dolgozunk a még inkább mobilbarát megjelenésen. A további jövőbeni funkciók közé tartozik a minden magyar-



MIKLÓS ISTVÁN VEZETŐ SZAKÉRTŐ, MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG

országi attrakciót magában foglaló, részletes attrakciókereső, valamint egy olyan túratervező, ami teljes mértékben a felhasználó által kiválasztott paraméterek alapján tervez egyedi útvonaltervet.



Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

www.csodasmagyarorszag.hu





Magyarország turisztikai arculata 2019-ben vált egységessé, így mind belföldön, mind külföldön ugyanazzal az üzenettel hívja felfedezésre az utazókat. A Magyar Turisztikai Ügynökség belföldi kampányainak szlogenje: Magyarország – a csodák forrása. Az új szlogen, logó és üzenetrendszer egységesíti a hazai és a nemzetközi kommunikációt.

Az új márka bevezetésének továbbra is célja a szemléletformálás a belföldi utazással kapcsolatban, a vendégéjszakák számának növelése, a szezonális csökkentése és annak tudatosítása, hogy Magyarország négy évszakai desztináció. Cél a turisztikai desztinációk újabb és újabb arcainak bemutatása, inspiráció nyújtása Magyarország csodáinak felfedezésére. E célok megvalósulásának egyik fontos eszköze a csodasmagyarország.hu weboldal, amelynek a turizmus újraindulása utáni megújításával az MTÜ segíti a hazai utazók tájékozódását.

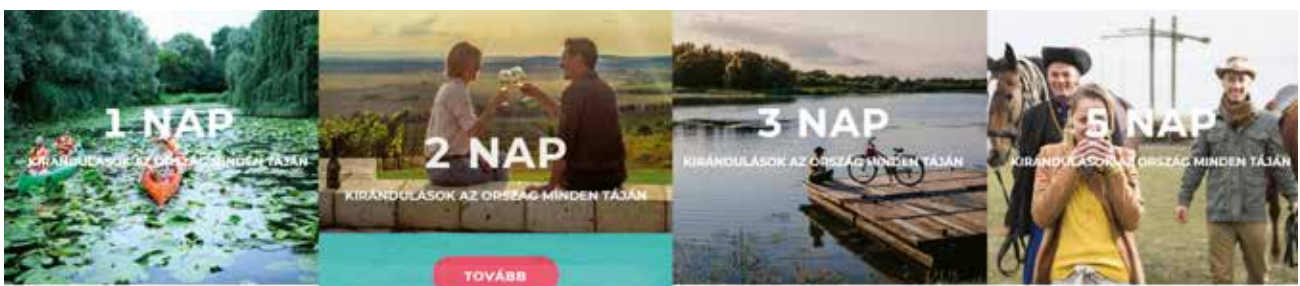
Az új weboldal struktúrájában követi a világszintű trendeket, azaz a desztinációs és turisztikai termékínálat szerinti bontás mellett az utazás megtervezéséhez segítséget nyújtó blokk is kiemelt helyet foglal a menüben. Adatbázis-alapú, vagyis az egyes turisztikai látványosságok leírását, fotóit kü-



lönálló szerkesztői felületek helyett a Magyar Turisztikai Ügynökség megújult digitális ökoszisztémájából nyeri ki. Szegmentáltan szólítja meg a felhasználókat, a különféle célcsoportok könnyen megtalálják a számukra legizgalmasabb és leginkább releváns tartalmakat, ajánlókat. Konkrét ajánlatokat, útiterveket tartalmaz, tehát turisztikai desztinációként egy-, két-, három- és ötnapos látogatáshoz kínál attrakciókat és élményeket, gasztronómiai és borajánlással kiegészülve. Egész évre kínál élményeket a felhasználók számára, ezzel elősegítve a szezonális csökkentését és a hosszú távú tervezést.

Az oldal moduláris felépítése miatt könnyen átlátható és izgalmas tartalom készült a különböző tematikus üzenetekhez. Ezernél több attrakcióleírást, tematikus cikket, útvonalajavaslatot és praktikus információt találnak az érdeklődők utazásaik megtervezéséhez, ráadásul az ingyenesen letölthető hazai fürdő- és bortérkép, továbbá a Magyarország, a Balaton, a Tisza-tó és a Velencei-tó kihagyhatatlan élményeit, valamint Budapest rejtett kincseit jelölő térképek inspiráló ötleteket nyújtanak a belföldi úti cél kiválasztásához.

A nemzetközi utazóközönséget megszólító, tavaly ősszel szintén megújult visithungary.com oldalon már 17 nyelven elérhetők a Magyarországról szóló információk.



LIGET BUDAPEST PROJEKT

A Liget Budapest Projekt Magyarország történetének egyik legjelentősebb, rangos nemzetközi díjakkal elismert, világszínvonalú kulturális városfejlesztése. A száz éve nem látott történelmi léptékű vállalkozás a nemzeti emlékezetünkben kitüntetett szerepet betöltő Városliget parkját újíttja meg, jelentős mértékben bővíti annak zöldfelületeit oly módon, hogy egyúttal megteremti a magyar kultúra évszázados, kiemelkedő teljesítményének széles körű hozzáférhetőségét. Parkjának és épületeinek megújítása és az új kulturális intézmények megépítése után a Városliget mindenki számára többet és jobbat fog nyújtani az eddigieknél.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A Városliget az elmúlt évtizedekben hagyományaihoz és feladataihoz méltatlan állapotba került. Halaszthatatlanná vált az intézményeinek felújítása és vele összhangban a park zöldfelületének újjáélesztése és bővítése, továbbá a Városligetet évtizedek óta fojtogató autóforgalom radikális csökkentése. A közös megújítást szolgáló Liget Budapest Projekt célja, hogy az ország történetének legnagyobb léptékű park- és tájépítészeti munkáját ötvözze egy, a millenniumi idők óta nem látott intézményfejlesztési programmal, mindezt 21. századi színvonalon, de a park másfél évszázados örökségét szem előtt tartva. 2023-ra a Városliget élhetőbb, a mostaninál zöldebb és korszerűbb, látogatók, turisták millióit vonzó intézményekkel gazdagabb park lesz.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

Eddig már közel 150 ezer négyzetméter zöldfelület újult meg, 72 ezer négyzetméter burkolt területet bontottak el, elültettek közel ötszáz lombos fát, több mint 70 ezer cserjét és csaknem 140 ezer évelőt. A Liget Budapest Projekt eddig átadott elemei már több mint másfél millió látogatót vonzottak. Visszanyerte eredeti pompáját a Szépművészeti Múzeum Román Csarnoka, elkészült az egykori Olof Palme Ház műemléki rekonstrukciója – az épület Millennium Háza néven nyílt meg 2019-ben. Elérte legmagasabb pontját az új Néprajzi Múzeum díjnyertes épülete, amelyet 2022 tavaszán vehetnek birtokba a látogatók. Nagyon jól halad a Sou Fujimoto világhírű építész által tervezett Magyar Zene Háza kivitelezése is, amely 2021 év végére készült el. Megnyílt a Múzeum Mélygarázs, a korábbi felszíni autóparkoló helyét, az ennek tetején létrehozott Promenádon, több mint tízezer négyzetméternyi új zöldfelület váltotta fel. A városligeti parkfejlesztések első üteme 2018-ban zárult le, a Vakok Kertje, az Ifjúsági Sportpályák és a Kutyás Élmenypark mind nagyon népszerűek, utóbbi látogatottsága már átlépte a 600 ezer főt. A második ütemben, 2019 októberében birtokba vehették a családok Magyarország egyik legkomplexebb és legkorszerűbb játszótérét. Szintén nagy népszerűségnek örvend az új Városligeti Sportcentrum, több mint egy tucat kipróbálható sportággal. A Liget Budapest Projekt keretében megújult komáromi Csillagerőd oktatási, ismeretterjesztési feladatokat lát el interaktív múzeumi körülmények között, így igazi családbarát kulturális intézményként várja a látogatókat.

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

A Városliget további tájépítészeti megújítása során több tízezer négyzetméteren zajlik majd a ligeti zöldfelületek rehabilitációja és gyarapítása. Meg-



PETRIK MÁTÉ IT-IGAZGATÓ, VÁROSLIGET ZRT.

újul a park egykori történelmi bejárata, a Rondó, új szakasszal bővül a népszerű Városligeti Promenádon a Mücsarnok és Múzeum Mélygarázs között, valamint az épülő Néprajzi Múzeum és Magyar Zene Háza környezetének kertészeti kialakítása is megtörténik.



Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

www.ligetbudapest.hu





A Városliget a világ egyik első közparkja, joggal lehetünk rá büszkék. Leglátogatottabb fővárosi parkunk azonban nemcsak korával és elsőségével vívta ki az elismerést, hanem páratlan történelmével és a kezdetektől különleges, Európa-szerte egyedi küldetésével is. A zöldfelületi kikapcsolódás és a kulturális, rekreációs intézmények sokasága több mint egy évszázada egyenértékűen van jelen a park életében, és közösen adják azt a karaktert és vonzerőt, amelyek a Ligetet a legkedveltebb fővárosi parkká tették és teszik. Ezen hagyományra építve újítjuk meg és fejlesztjük a Városligetet, annak parkját és intézményeit.

Óriási kulturális adósságot törlesztett a Liget Budapest Projekt, hogy hetven év után a látogatók ismét gyönyörködhetnek a Szépművészeti Múzeum Román Csarnokában. A rekonstrukciós munkálatokkal egyetemben a Szépművészeti Múzeum történetének legátfogóbb felújítását is végrehajtották. A Millennium Háza néven újrainyitott egykori Olof Palme Ház épületének homlokzatán több tucat restaurátor munkája nyomán újultak meg a gyönyörű Zsolnay-díszítések. Az épületben egy, a Városliget aranykorát bemutató interaktív kiállítás, valamint egy századfordulós hangulatú, Zsolnay-kerámiákkal díszített kávéház várja a látogatókat. A több mint 130 éves épület főbejárata elé egy 1500 tőből álló rózsakertet is kialakítottunk.



A korábbi parkoló helyén, az 56-osok terén 2022 tavaszára készül el az új Néprajzi Múzeum, amely 2018-ban a „Világ legjobb középülete” díjat nyerte el a rangos nemzetközi ingatlanszakmai versenyen, az International Property Awardson, ahol megkapta a „World’s Best Architecture” fődíjat is. A tervek szerint ez év végén adják át a japán sztárépítész, Sou Fujimoto tervei alapján készülő Magyar Zene Házát. Az organikus hullámzó, lyukakkal áttört tetőszerkezetű, vízszintes szerkezeti osztás nélküli, hatalmas üvegfalú intézmény a Városligeti-tó mellett, a Vajdahunyad vára és a Műjéggpálya épülete közelében tárja a látogatók elé a zene és a hangok világának számtalan élményét. 2018-ban elkészült a Vakok Kertje, az Ifjúsági Sportpályák és a félhektáros Kutyás Élménypark, 2019 őszén pedig Budapest elsőszámú gyermekparadicsomát is átadtuk. A 13 ezer négyzetméteres parkrészen közel félszáz különleges játékelem várja a gyerekeket.

A parkfelújításnak köszönhetően visszanyerte régi fényét a Városliget legkülönlegesebb növényeit felvonultató, ismeretterjesztő parkeleme, a Mőcsényi Mihály botanikus kert, ahol több mint 35 ezer tő, 335 különböző fajtájú új növényt ültettünk el. A 2020 decemberében elkészült Városligeti Futókörnek köszönhetően végre a pesti oldalon is a Margitszigeti futópályához mérhető alternatívát kaptak a futás szerelmesei, ami ráadásul modern és biztonságos szolgáltatásokkal várja őket.

KERÉKPÁROS TÚRÁZÁST TÁMOGATÓ WEBOLDAL ÉS MOBILAPPLIKÁCIÓ

BALATONBIKE365

A Balaton, a „magyar tenger”, természeti kincs. A Kormány által kijelölt 11 térségi turisztikai desztináció egyike. Az a bakancslista, amelyen a Balaton-kerülő bringatúra nem szerepel, nem is igazi bakancslista. Kiváló természetföldrajzi adottságai, fejlett közlekedési és turisztikai infrastruktúrája, valamint gazdag szolgáltatási kínálat alapján Magyarország kerékpáros turisztikai paradicsoma. Ami a leendő vendég számára mindezt láthatóvá, vonzóvá, elérhetővé, a szolgáltatói kínálatot átláthatóvá teszi: a kerékpártúrák tervezését, illetve a desztináció bringaútvonal-hálózatán az eligazodást támogató BalatonBike365 weboldal és mobilapplikáció.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A projekt átfogó célja a Balaton térség kerékpáros turisztikai szolgáltatásainak fejlesztése annak érdekében, hogy minél több, minél jobb vásárlóerőt képviselő vendég látogasson el a Balatonhoz, mégpedig úgy, hogy egyrészt ne csak a part menti, hanem a parttól távolabbi települések szolgáltatói is részesülhessenek a kerékpáros turisták költségeiből, másrészt pedig ne csak az amúgy is forgalmas nyári hónapokban, hanem a kerékpározásra alkalmasabb tavaszi és őszi hónapokban is magasabb kihasználtsággal működhessenek az ilyenkor amúgy kevésbé kihasznált szolgáltatói kapacitások.

Konkrét célok:

- A kerékpáros turisták döntését, a túrák tervezését, a terepi eligazodást élményszerűvé és biztonságossá tévő tájékoztatói eszközök, kommunikációs, navigációs megoldások létrehozása és bevezetése.
- A térség szolgáltatóinak érzékenyítése, felkészítése, támogatása annak érdekében, hogy a kerékpáros turizmusban rejlő lehetőségeket megismerjék, a kerékpáros vendégek igényeit megértsék, szolgáltatásaik kerékpárosbarát jellegét megeremtsék vagy megerősítsék.
- A térség turisztikai szolgáltatói kínálatát és a kereslet egymásra találását szolgáló megoldások létrehozása és bevezetése annak érdekében, hogy a szolgáltatóknak érdemes legyen megfontolniuk a tavaszi és az őszi nyitvatartást is.
- A Balaton mint kerékpáros turisztikai desztináció hazai és külföldi küldőpiacainkon történő pozicionálását támogató marketingeszközök létrehozása és beüzemelése.
- A Balatonhoz érkező kerékpáros turisták konkrét igényeinek kiszolgálását biztosító szolgáltatópontok létrehozása és beüzemelése.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

A projekt első lépése a kerékpározásra alkalmas útvonalak bejárása és felmérése volt. A 206 kilométeres Balatoni Bringakörön kívül mintegy 1200 kilométernyi utat jártunk be, majd ebből a Magyar Közúttal, az erdőgazdaságokkal, a nemzeti parkkal, az önkormányzatokkal való egyeztetések eredményeként „maradt meg” az a 800 kilométer, amely a továbbiakban a hálózatot alkotja. A bejárás során rögzítettük az adott szakaszok jellemzőit, illetve az útvonalakon található turisztikai szolgáltatások, látnivalók mindazon tulajdonságait, amiket utána a weboldalon és az applikációban be akarunk mutatni, illetve keresési szempontként használni akarunk.

Az útvonalbejárással párhuzamosan elvégeztünk egy reprezentatív kutatást, amelynek elsődleges célja a hazai és a külföldi kereslet, a kerékpáros turisták igényeinek, elvárásainak, preferenciáinak megismerése volt. Az elkészült piackutatás igazi értéke, hogy a rendszeresen bringázók és a nem rendszeresen kerékpározók, ám aktív életmódot folytató – akár kerékpáros ajánlatokkal is megszólítható – célcsoportok igényeit mérte fel. A kutatás fókuszában a hazai és a külföldi kereslet felmérése állt – összhangban a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiával, amelynek egyik alapelve a valós piacismerten alapuló beavatkozás.

Szemléletformáló programok (előadások, workshopok) keretében személyesen találkoztunk a desztináció szolgáltatóival, mindhárom szolgáltatási területen (észak, nyugat, dél) három-három egynapos rendezvényen foglalkoztunk általában a kerékpáros turizmussal, a kerékpárosbarát szolgáltatóvá válás feltételeivel és a közös termékfejlesztésben rejlő lehetőségekkel.

A kijelölt útvonalhálózat alapján megterveztük annak a négyezer darab útirányjelző táblának a pontos helyét, grafikai tervét és adattartalmát, amelyek a terepen történő biztonságos eligazodást segítik. Kijelölésre kerültek a pihenők telepítési pontjai, valamint a három kerékpáros szolgáltatópont (Balatonfüred, Balatonföldvár, Keszthely) funkcionális tervei, szolgáltatási koncepciója.

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

A létrejött szoftverek továbbfejlesztésére egyrészt bizonyosan szükség lesz a felhasználók visszajelzései, igényei alapján. Másrészt az adatbázis és a back end rendszer átalakításával létre lehet hozni az egész országra kiterjedő rendszert, ebben az esetben csak útvonalbejárási, adatfelvételi kapacitás kérdése, hogy újabb és újabb desztinációk rendelkezzenek hasonló bringás applikációval.

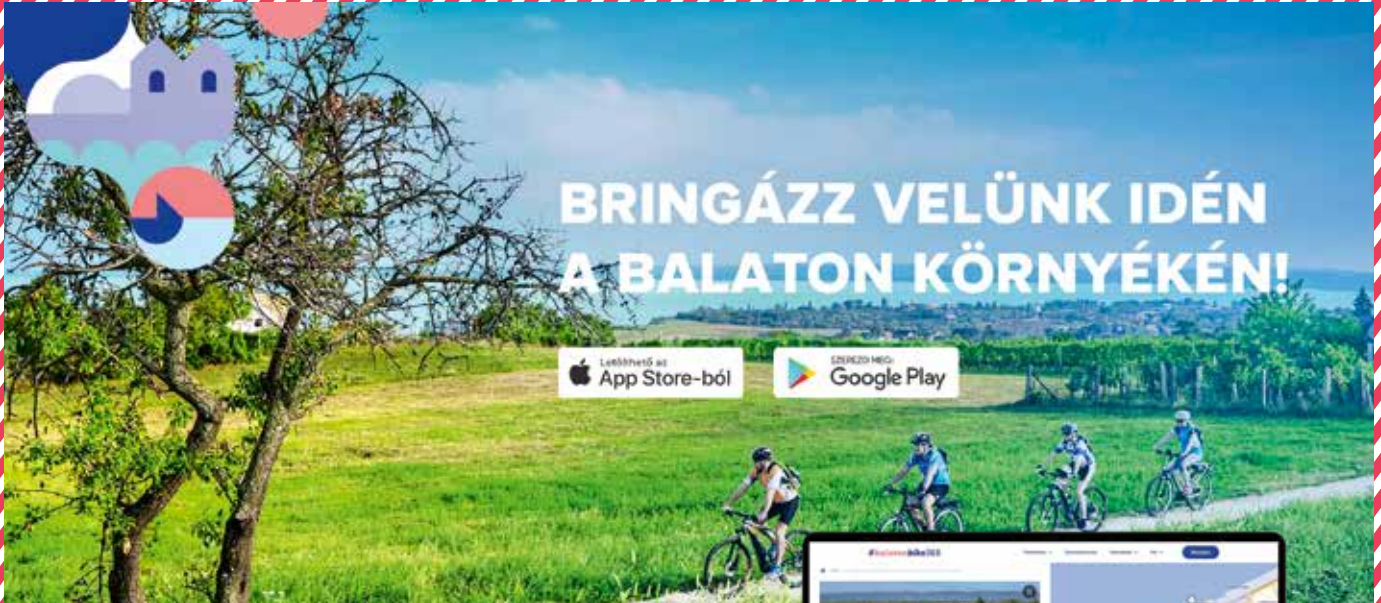


Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

www.balatonbike365.hu





A projektben létrejött valamennyi szolgáltatás „lelke” az útvonalakat és az azokon található szolgáltatásokat, látnivalókat tartalmazó adatbázis, erre épül a balatonbike365.hu honlap és az iOS-re és Androidra fejlesztett mobilapplikáció, ezek az AppStore-ból és a GooglePlay-ből letölthetők, éles üzemben működnek. A mobileszközökön történő használatra optimalizált (reszponzív) honlap alapvetően a tájékozódást, a balatoni turisztikai kínálat áttekintését, a kerékpáros program megtervezését, előkészítését támogatja információkkal, az adatok közötti sok szempontú keresőrendszerrel. Az információk célcsoportok szerinti rendezésével, kész tematikus túrák ajánlásával, vagy az egyénileg megtervezett útvonalak mentén található szolgáltatások rendszerezésével a weboldal áttekinthetővé teszi az egyébként páratlanul gazdag kínálatot, segíti az információk közötti eligazodást.

A projekt keretében – a többi kerékpáros szervezettel együttműködésben – kidolgoztuk a turisztikai szolgáltatók kerékpárosbarát jellegének kötelező és opcionális szakmai kritériumait, amelyek egy kerékpárosbarát minősítési rendszer tartalmi feltételeiként szolgálhatnak. A weboldalra és



az applikációba regisztráló szolgáltatók a profiljuk feltöltésekor megadhatják magukról mindazokat az információkat, amelyek alapján kerékpárosbarát jellegük megállapítható.

A mobilapplikáció számos funkcióval gazdagabb, mint a honlap: a terepen történő tájékozódást segítő funkciókra a honlap esetében nem feltétlenül van szükség. Ilyenek például a teljesített track rögzítésének, elmentésének, megosztásának lehetősége, vagy a túrázó csoport egyes tagjai egyéni helyzetének mutatása a csoport többi tagja részére, vagy a chatlehetőség a túrázók által megközelített szolgáltatóval.

Megtervezettük a BalatonBike365 logót, kisarculatot és a különböző arculathordozókat. Elindult a BB365 Facebook-profil, megjelentettük az első hirdetéseket. A honlap és az applikáció teljes tartalma hat idegen nyelven érhető el (angolul, németül, hollandul, olaszul, csehül, szlovákul). A fejlesztés minden elemének megvalósításakor, 2022 tavaszán egy háromnapos kerékpáros fesztivál keretében, a három szolgáltatópontról indított vezetett túrák formájában próbálhatja ki az érdeklődő nagyközönség a teljes rendszer minden szolgáltatását.



A Magyar Turizmus Akadémia Kft. felnőttképző intézmény által üzemeltetett www.turizmusakademia.hu oktatási és edukációs szakmai portál a turizmusban, illetve rendezvényszervezésben érdekelt vállalkozásoknak, munkavállalóknak nyújt reális helyzetértékelést és újrakezdést támogató továbbképzéseket, szakmai anyagokat, trendelemzéseket, tanulmányokat. Az intézmény stratégiai célja, hogy széles spektrumú, szakképzésre és felsőoktatásra épülő, gyakorlatban is jól hasznosítható, a hazai és a nemzetközi munkaerőpiacon elvárt magas minőségű, személyes, online és e-learning-tananyagok formájában megvalósuló képzéseket biztosítson.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A képzések, ezen belül a továbbképzések helyzetét a turizmusban megvizsgálva az a kép rajzolódott ki, hogy szükség van olyan gyors, kompakt, lehetőleg rövid idejű tréningekre, amelyek a jelenlegi munkaerőhiányos időszakban a munkaidőbe jól beilleszthetők, valamint a szakma jelenlegi HR-kihívásaira és a jövőbeli szakmai továbbképzésekre is választ adnak. A piaci igényekre reagálva a digitális megoldásokat részesítettük előnyben, egyrészt webinár, másrészt online képzések biztosításával, ahol minőségi, gyakorlatorientált programok biztosítják a vendég- és ügyfélközpontú szemléletformálást. Megoldásaink által egyszerre több, különböző régióban, városban dolgozó munkavállalót tudunk bekapcsolni a tanulásba, ezáltal is biztosítva a szakmai tapasztalatcserét, a jó gyakorlatok megosztását. Képzéseink elvégzése után résztvevőink képesek lesznek még hatékonyabb munkavégzésre, ezáltal nőni fog a vállalkozások jövedelemtermelő képessége.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

A portálon jelenleg megtalálható e-learning-tananyagok öt témában, fejezetenként több részre tagolva, az online képzések pedig tíz témakörben, de több alkalommal biztosítanak naprakész tudást mindenki számára elérhetően, regisztrációmentesen. A portál felhasználói köre folyamatosan bővül, a nyári webinársorozat, valamint az őszi képzések elindítása után mind az egyéni, mind a céges motivációból érkező megkeresések száma folyamatosan nő. Induló cégeként elsőként a bizalmat kellett kiépíteni, továbbá olyan digitális megoldásokat kellett alkalmazni, amelyek mind a tudásátadás, mind a tréning-módszertant ötvözik, ezáltal kiemelt tanulási élményt biztosítanak. Az online képzési kínálat egyik fő képzése a digitális kompetenciák fejlesztése, amelyre kiemelten szükség van a turizmusban, hiszen vélhetően az online világ adta előnyök és hátrányok velünk fognak maradni.

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

Mindenképpen növelni szeretnénk az elérhető digitális tananyagok, e-learning-képzések számát. Célunk, hogy a turizmus és rendezvényszervezés területén, de külön szakterületeken dolgozó munkavállalók és vállalkozók is megtalálják a saját munkakörükben hasznosítható képzéseket, akár a munkakörük elvégzéséhez, akár az előrelépéshez. Az e-learning előnye, hogy



BACSI KRISZTINA SZAKMAI VEZETŐ, MAGYAR TURIZMUS AKADÉMIA

mindenki a saját időbeosztásában tanul, mégis interaktív módon, hiszen kiváló szakemberek biztosítják a magas szintű tudásátadást. Az e-learningre épülő személyes képzések pedig a gyakorlati beépülést támogatják, hiszen kiscsoportos foglalkozás keretén belül, biztonságos környezetben lehet kipróbálni a tanultakat. Ez az ún. blended learningre épülő tudásátadás mindenképpen úttörő lesz a turizmusban.



Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

www.turizmusakademia.hu





Általános Tudástárunkban mind a belföldi, mind a nemzetközi turizmus tendenciáiba is betekintünk, hétről hétre kutatjuk azokat a releváns híreket, információkat, cikkeket, amelyek a magyar turisztikai munkavállalókat és munkáltatókat segítik az újraindulásban, minőségi szolgáltatások biztosításában. Mindemellett felméréseket, tanulmányokat is közzéteszünk olyan releváns szakmai témákban, amelyek a turizmus- és rendezvényszakma jövőbeli tendenciáinak ismeretéhez elengedhetetlenek. E-learning, személyes vagy online formában megvalósuló képzéseink pedig a megváltozott igényekre készítik fel a szakma képviselőit.



Képzéseinket és tananyagainkat – továbbképzési keretek között – a szakma jeles szakembereinek oktatói közreműködésével hozzuk létre, programjaink középpontjában mindig a gyakorlat áll. Az eltérő munkaidő-beosztásra is tekintettel vagyunk, hiszen képzéseinket különböző időtartamban, időszakokban és hosszúságban tesszük elérhetővé. Képzési moduljaink önállóan, de egymásra épülve is megállják helyüket, ezáltal is segítve a karriertervezést, a szakmai előmenetelt, minden esetben az adott munkakör elvárásaihoz igazodva.

2021 júniusában elindítottuk webinársorozatunkat. Az első webinárok a vezetőt mint embert segítették át az újraindulás nehéz időszakán, nekik kínáltunk interjúztatás, motiválás, visszajelzés és multigenerációs együttműködések témakörökben rövid szakmai előadásokat.

Személyes képzéseket online formában 2021 őszétől kínálunk. Az induló képzési programok egy része a vezetői kompetenciafejlesztésekre, másik része pedig a kommunikációs, önismereti, stressztűrő, digitális és értékesítési kompetenciákra helyezi a hangsúlyt. Jelen pillanatban 2021. december közepéig kínálunk személyes képzéseket, új képzési portfólióval 2022-ben jelentkezünk.

Másik fő fókuszunk az e-learning-tananyagok biztosítása a szakmát érintő legfontosabb témákban. Jelenleg az adatvezérelt online jelenlét és vállalatirányítás, üzleti reziliencia, online marketing és proaktív értékesítés témákat kínáljuk ezen a területen, azonban e-learning-tananyagaink folyamatosan bővülnek, mivel a célunk egy olyan komplex képzési kínálat kialakítása, amely akár önállóan, akár a személyes képzésekkel kombinálva is teljes képzési élményt ad.

Hosszú távú célunk egy olyan szakmai közösség építése, ahol a tudás és a tudásmegosztás érték.

CHECKINN TURISZTIKAI INNOVÁCIÓS VERSENY

Egy teljesen egyedülálló, saját fejlesztésű pályázatkezelői platform, amely az évről évre megrendezendő CheckINN turisztikai innovációs versenyek digitális háttérét biztosítja. A rendszer segítségével a versenybe történő jelentkezés, bírálati és értékelési folyamat is online módon zajlik, így semmilyen papíralapú dokumentáció benyújtása nem szükséges. A digitális felület több, egymástól funkcionálisan elkülönülő platformból áll, az egyes szerepköröktől függően: létezik egy versenyzői, egy bírálói és egy projektmenedzseri (adminisztrátori) profil. A rendszer előnye, hogy a pályamunkák benyújtása és értékelése felhasználóbarát és rendkívül egyszerű.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A CheckINN Turisztikai Innovációs Verseny a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány (MTSZA) által 2019-ben alapított CheckINN ernyőmárka és innovációs hub alapjaira épül. A minden évben megrendezésre kerülő, kifejezetten turisztikai innovációra fókuszáló verseny célja az ágazat népszerűsítése, valamint az innovatív gondolkodásmód és vállalkozói szellem ösztönzése a felsőoktatásban tanulók körében. A projekt hosszú távú célja a ma még iskolapadban ülő, de később szakmai utánpótlást jelentő fiatal hallgatók megszólítása és a kreatív gondolatok felszínre kerülésének támogatása.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

Az első alkalommal pilotprojektként megrendezett versenyre közel 30, egyenként 3 fős csapat nyújtotta be a jelentkezését, akik munkáját egy-egy egyetemi oktató is segítette. 2020-ban a jelentkezők köre 76 csapatra duzzadt, így ebben az évben közel 230 egyetemi hallgatót sikerült megszólítani, akik 12 különböző egyetemről érkeztek az ország minden részéből. 2021 nyarán első alkalommal került kiírásra a kifejezetten fesztiválokra fókuszáló CheckINN feszt innovációs verseny, amelyben a jelentkezők munkáját négy neves, a rendezvényszervezésben jártas mentor segítette. Erre a versenyre 23 csapat nyújtott be pályamunkát, amelynek tagjai összesen 17 különböző egyetemről érkeztek. A versenysorozat fennállása óta az összes projekten együttesen 132 csapat, vagyis 396 hallgató indult, és az online rendszernek köszönhetően közel 800 bírálat született a digitális térben. A CheckINN turisztikai innovációs versenyek keretein belül eddig 11 darab 3 fős csapat, vagyis 33 egyetemista hallgató részesült ösztöndíjjuttatásban, hozzásegítve őket céljaik eléréséhez és turisztikai vállalkozásuk elindításához.

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

A CheckINN célja, hogy 2022-től minden évben három CheckINN-versenyt bonyolítsa le egymás után, négyhavonkénti ütemezésben. Így a CheckINN egy egész évben „nyitva álló” online pályázati felület lesz, amely az év minden időszakában kínálni fog valamilyen turisztikai pályázati lehetőséget. A turisztikai innovációs verseny mintájára 2021-ben első alkalommal, pilot-



ILYÉS NOÉMI INNOVÁCIÓS PROGRAMIGAZGATÓ, CHECKINN

jellel megrendezésre került a rendezvényekre fókuszáló CheckINN feszt verseny, amelyhez 2022-től csatlakozik a „CheckINN Revitalizátor” elnevezésű projekt is. Ebben a projektben elhagyott, ugyanakkor különleges és jobb sorsa érdemes helyszínek turisztikai újrahasznosítási koncepciói mérettetnek majd meg. Mivel a technikai háttér már adott, az egyes pályázati kiírások során azt már csak a projekt szakmai tartalmához szükséges igazítani.



Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

www.check-inn.hu





A CheckINN Turisztikai Innovációs Verseny az MTSZA által 2019-ben alapított CheckINN ernyómárka és innovációs hub alapjára. Az évente megrendezésre kerülő, kifejezetten turisztikai innovációkra fókuszáló verseny célja az ágazat népszerűsítése, valamint az innovatív gondolkodásmód és vállalkozói szellem ösztönzése a felsőoktatásban tanulók körében. A verseny központi témája évenként más és más turisztikai terület köré csoportosul, hogy folyamatosan megújulásra ösztönözze a ma még iskolapadban ülő szakmai utánpótlást. A legjobb ötleteket benyújtó csapatok pénzdíjban részesülnek, és a szervezet az egyes versenyek lezajlása után tehetséggondozó jelleggel segíti a programban részt vevők szakmai életútját.

Ez magában foglalja mind a szakmai támogatást, mind a mentorálást és életútalakítást, de akár a finansziális segítségnyújtást is. Az MTSZA által létrehozott és működtetett CheckINN-program elsőszámú célcsoportját így a fiatal hallgatók, ezen belül is az aktív hallgatói jogviszonnyal rendelkező egyetemisták képezik, a program oktatási, támogatási és megvalósítási struktúrája pedig ezen célcsoport szükségleteire optimalizálva lett kialakítva. Az MTSZA és a CheckINN közös célja ezáltal, hogy lehetőséget, platformot és



adott esetben támogatást nyújtson a fiatalok számára, és a kreatív gondolkodás, problémamegoldás és projektmegoldás eszközein keresztül segítse őket személyes és karrierszintű fejlődésükben. A CheckINN-programot képező fiatal célközönség nagy része alapvetően nem rendelkezik olyan tudással, kapcsolati hálóval és bizonyos esetekben anyagi fedezettel, ami például egy projekt megvalósításához vagy nagyobb volumenű karrierlépésekhez sok esetben szükséges lehet. A CheckINN így a szakma és a feltörekvő, tehetséges fiatalok között igyekszik hidat teremteni. A CheckINN-versenyek innovatív módon ötvözik a start-upok és a turizmus világát. A kétfordulós versenyekbe első alkalommal csupán egy 3 perces, „elevator pitch” jellegű videó feltöltése szükséges, amely alapján eldől, hogy az ötlet érdemes-e további kidolgozásra. Ez már eleve egy projektszintű gondolkodásra ösztönzi az indulókat, ahol nem elég egy jó ötlet: azt tudni kell bemutatni is. Amennyiben az ötlet továbbjut, a második fordulóban szükséges a részletes stratégia kidolgozása egy megadott szempontrendszer mentén. A kétfordulós versenyben a haza turisztikai szakma 25-30 neves képviselője (többek között szakmai szervezetek vezetői, szállodaigazgatók, utazásiiroda-tulajdonosok) értékelik a csapatok munkáját, miközben szakmai tanácsokkal is ellátják őket. A győztes csapatok egy fotózással egybekötött díjátadón vesznek részt. Az itt készült képi, illetve videós anyagokat a hallgatók szabadon használhatják fel a későbbi, személyes brandépítésük kapcsán, vagy akár további ösztöndíjak elnyerése céljából. A CheckINN Turisztikai Innovációs Verseny 2021-ben a Nemzeti Tehetség Program által támogatott projekt.



Statistikai adataink mellé alternatív, valós idejű adatokat a technológia is egyre nagyobb mértékben állít elő, amelyek lehetővé teszik a profilozást, a személyre szóló ajánlatok készítését. A gépi tanulás és a mesterséges intelligencia (MI) révén az adatok algoritmikus feltárásával hatékonyabbá tehető a turizmusmarketing és a marketingkommunikáció, a profilozás. A megváltozott fogyasztói és utazási szokások kiegészítője a turizmust segítő, támogató mesterséges intelligencia, azaz a korszerű technológia alkalmazása.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

Mi a mesterséges intelligencia? Milyen lehetőségeket nyújt a turizmusban? Teljesíthetőek-e segítségével a Z generáció igényei? Az MI Kihívás célja, hogy a társadalom legalább 1 százaléka, azaz százezer magyar polgár szerezzon alapismereteket a mesterséges intelligenciáról ingyenes online kurzusunk révén, illetve 2021 végéig egymillióan kapjanak átfogó képet a technológiában rejlő lehetőségekről.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

A Bevezetés a mesterséges intelligencia világába című kurzus áttekintést ad az MI fogalmáról, az etikai kérdések tárgyalása mellett számos felhasználási eset bemutatásával világít rá a technológia által kínált gyakorlati előnyökre. Foglalkozik a mesterséges intelligencia jogi aspektusaival, a társadalomra gyakorolt hatásaival, és számos alkalmazási területet mutat be mindennapi életünkben. Az iparágakban használt MI-megoldásokat sikertörténetek és esettanulmányok révén mutatja be, érzékeltetve jelenlegi széles körű használatát.

Az egy-két óra alatt elvégezhető kurzus interaktív tartalmakkal, videókkal, illetve további ajánlott cikkekkkel és irodalommal segít elmélyülni a témában. Az MI Kihívás 2021. december 31-ig tart, és a kapcsolódó nyelvenyújtásban havonta PlayStation játékkonzolokat sorsolunk ki. A képzést bárki elvégezheti, folyamatosan elérhető az érdeklődők számára. A laikusok és az üzleti szféra képviselői számára egyaránt hasznos kiindulási alapként szolgálhat.

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

A jelenleg elérhető alapozó szintet a közeljövőben további specifikus kurzusok követik, amelyek még szélesebb körű ismereteket adnak.



BALLA ATTILA TECHNOLÓGIAI ÉS VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSI ÜGYZEVETŐ-HELYETTES, DIGITÁLIS JÓLÉT NONPROFIT KFT.



Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

www.mikihivas.hu
www.digitalisjoletprogram.hu
www.ai-hungary.com



Kezedben az irányítás!

„AZ ALGORITMUSOK AZ ALAPJÁN TANULNAK, HOGY MI MIT CSINÁLUNK VELÜK, ÉS HA SZERETNÉNK, HOGY A JÖVŐBEN IS KÖZHASZNÚ ESZKÖZÖK LEGYENEK, MOST KELL A FEJLESZTÉSÜKET ÉS TANÍTÁSUKAT A MEGFELELŐ IRÁNYBA TERELNÜNK. SZERETNÉM, HA MINDENKI LÁTNA, HOGY EZEK NEM VARÁZSLATTAL MŰKÖDNEK, ÉS A MEGÉRTÉSÜKHÖZ SZÜKSÉGES TUDÁS BÁRKI SZÁMÁRA ÉRTHETŐ ÉS ELÉRHETŐ.”

Lévay György

Kutatásmenedzser, Infinite Biomedical Technologies

„SAJÁT PÁLYAFUTÁSOMON LÁTOM, HOGY AZ INFORMATIKAI FEJLŐDÉS MIKÉNT VÁLTOZTATJA ÉS KÖNNYÍTI MEG A MINDENNAPI ÉLETET. FONTOSNAK TARTOM, HOGY A HAZAI TÁRSADALOM MINÉL SZÉLESEBB KÖRBE MEGISMERJE A LEGJÓBB TECHNOLÓGIAI VÍVMÁNYOKAT.”

Gara Tícia

Sakkozó, női nemzetközi nagymester



Prediktív karbantartás, robotokkal kivitelezett raktározás, aszúképzítés mesterséges intelligenciával, Big Data, drónok, mesterséges intelligencia általi élőbeszéd-megértés, képek tartalmának felismerése, valós idejű fordítás: a pilotok korát éljük egy olyan digitális gazdaságban, ahol több technológia dolgozik együtt hálózatba kötve, egymással kommunikálva.

Az adat a 21. században az egyik kiemelt gazdasági és társadalmi erőforrásunk, illetve a mesterséges intelligenciára épülő megoldások üzemyaga is.

A kormányzati szervek ma is számos területen használják a mesterséges intelligenciát, mint például a városi közlekedésben, az adóbeszedés, a bűnmegelőzés vagy éppen a kiberbiztonsági védekezés terén. De digitális asszisztensekkel, ügyfélszolgálati chatbotokkal, szállodai robotokkal, ajánló-rendszerrel, útvonaltervezőkkel mi is nap mint nap találkozhatunk.

Tekintettel az MI elementáris gazdaság- és társadalomformáló erejére, 2020 szeptemberében Palkovics László innovációs és technológiai miniszter bejelentette Magyarország MI Stratégiáját, amely a 2030-ig tartó időszakra

meghatározza a technológia előnyeinek kihasználáshoz szükséges intézkedéseket. A Digitális Jólét Program keretén belül működő MI Koalíció küldetése, hogy Magyarország az európai élvonalba kerüljön az MI-fejlesztések terén.

A terv egyik kulcseleme – az előirányzott gazdasági lépéseken túl – a társadalmi tudatosítás, amelynek értelmében társadalmi léptékűvé kell tenni a mesterséges intelligenciával kapcsolatos edukációt. Ennek következtében indult el 2020 decemberében az MI Kihívás kampány, amelynek célja – a társadalmi érzékenyítésen túl – egy olyan alapozó kurzus létrehozása volt, amely átfogó alapismeretek elsajátítására ad lehetőséget, és ezáltal segít felismerni az egyes területek lehetőségeit az MI használatával kapcsolatosan.

A Magyarország kormánya által 2015 végén – az internetről és a digitális fejlesztésekről szóló nemzeti konzultáció, az InternetKon eredményei alapján elindított, a digitális ökoszisztéma egészét érintő Digitális Jólét Program célja, hogy Magyarország minden polgára és vállalkozása a digitalizáció nyertesei közé kerülhessen. Az Innovációs és Technológiai Minisztérium kezdeményezésére létrejött Mesterséges Intelligencia Koalíció a hazai MI-ökoszisztéma szakmai és konzultációs fóruma, amely a Digitális Jólét Program keretében végzi tevékenységét.

Teljesítsd az MI Kihívást és nyerj PlayStation 5-öt!

www.mikihivas.hu



Ismerkedj meg a mesterséges intelligencia alapjaival és a turisztikai lehetőségeivel ingyenes, online kurzusunkon.



FEDEZD FEL MAGYARORSZÁG CSODÁIT KAJLÁVAL! HOL VAGY, KAJLA?

A Magyar Turisztikai Ügynökség 2019 nyarán indította útnak a Hol vagy, Kajla? programot, amely kifejezetten a gyerekeknek szól. Főszereplője Kajla, a kölyökvizsla, akinek célja, hogy a lehető legtöbb alsó tagozatos általános iskolás megismerje és családjával beutazza Magyarországot, és minél több élményt nyújtson nekik egész évben, különösen a szünidőkből. A programon keresztül a kicsik játszva tanulnak: Kajla játékos formában hasznos tudást ad a gyerekeknek Magyarországról, és rajtuk keresztül szüleiknek is.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A programot megelőző kutatásaink igazolták, hogy a kisgyermekes családok belföldi utazásainak ösztönzése a gyermekeken keresztül lesz igazán eredményes. Kajla karakterét az a gondolat keltette életre, hogy a gyerekeket sokkal könnyebb motiválni, ha egy számukra kedves és szerethető karakter teszi mindezt, akihez kötődhetnek, és akit szívesen követnek. Kajla minden kisiskolás gyermek számára kézzelfoghatóvá teszi a kampányüzenetet: Fedezd fel Magyarországot csodáit! Rendkívül kíváncsi, érdeklődő és magával ragadja kalandjaiba a gyerekeket és szülőiket. Kajla nyomában családok indulnak útnak, mert meg tudja szólítani a gyerekeket, és olyan élményt kínál, ami képes felvenni a versenyt a mobilozás vagy a tévénézés csábításával szemben. Kajlának köszönhetően a kampányok során bemutatott helyszínek, célpontok népszerűsége és látogatottsága is növekszik. A modell nem bonyolult, mégis innovatív, és működik.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

Kajla az elmúlt három évben országos ismertségre tett szert. A gyerekek valóban követik őt, hallgatnak rá. A szülők is nyomon követik Kajla útját, hiszen számukra nagy segítség, hogy gyorsan és egyszerűen megbízható programot tudnak választani az egész családnak.

A gyerekek a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány közreműködésével minden évben megkapják a Kajla útlevelüket, egy olyan pecsétgyűjtő füzetet, amelybe az ország több száz pontján kajlás pecsétet kérhetnek, és különféle kedvezményeket kaphatnak. Jelenleg nagyjából 380 ezer, a korábbi alsósokkal együtt 600 ezer kisgyereknél van már Kajla útlevél. Egy 2020-as kutatás szerint a Hol vagy, Kajla? programot a kisiskolás gyermekkel rendelkező szülők kétharmada ismeri.

A program egyik legnagyobb értéke, hogy a Kajla útlevéllel rendelkező gyerekek az iskolásünetek idején díjmentesen utazhatnak a MÁV-Start, a Volánbusz, a MAHART Passnave és a BAHART járatain, ami több százezer alkalommal, több millió kilométernyi utazást jelentett már. Kajla fontos logisztikai partnerévé vált a Magyar Posta is, amely lehetővé tette a gyerekek számára, hogy közel százezer Kajla-képeslapot küldjenek ingyenesen szeretteiknek. A kampányhoz már a kezdetektől csatlakozott az országos Tourinform-hálózat is.

A gyerekek Kajla segítségével számos magyarországi nevezetességet ismertek meg. A program keretében negyven, különös gondossággal összeválogatott családbarát és élményközpontú kiránduló helyszín közül is választhatnak a családok, ezek az úgynevezett Kajla-körök.



WALTON TAMÁS KREATÍV PRODUCER

A partnerek visszajelzései azt mutatják, hogy azok a turisztikai attrakciók, ahová Kajla hívja a diákokat, jól érzékelhető forgalomnövekedést tapasztaltak.

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

Az eddigi programokat és kampányokat a jövőben folytatjuk, fejlesztjük, megújítjuk és újakat hozunk létre. Egyre több hazai célpontot szeretnénk megismertetni a gyerekekkel. Az országjáró, interaktív albumokat további könyvek követik majd. A Kajla-körökön erősítjük a jelenlétet, hogy a gyerekek „személyesen” is találkozhassanak itt Kajlával. Az idén bemutatott rajzfilmsorozat sikere után új epizódokkal készülünk. A fontosabb hazai rendezvényeken is szeretnénk megjelenni és ösztönözni a gyermekes családokat, hogy induljanak útnak, és fedezzék fel Magyarországot csodáit.



Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

kajla.hu





Hogy jobban megismerjük Kajlát, és átfogó képet kapjunk a meglehetősen sokszínű kampányról, röviden bemutatjuk a fontosabb aktivitásokat. A program lelke a Kajla útlevél, amellyel a gyerekek boldogan kelnek útra, hogy számos Kajla Partner helyszínen, nevezetességeknél, vagy épp a Kajla-körökön pecsétet kapjanak, és a szüniei díjmentes utazáson felül számos kedvezményben részesüljenek országszerte.

Mobilapplikáció: Több mint két éve letölthető a Hol vagy, Kajla? mobilapp, ami a 150 ezres letöltésszámával és a 4,6-os értékelésével kiemelkedik mindkét nagy alkalmazásruház kínálatából. Az applikációban turisztikai desztinációkhoz kapcsolódó minijátékokkal játszhatnak a felhasználók, miközben animációs videókon keresztül tehetnek szert még több tudásra. Az appot továbbfejlesztettük, és mára már multiplayer módban is játszhatnak egymással, élőben a felhasználók.

Kajla albumok: Eddig három különböző, százoldalas Kajla-könyvet adtunk ki összesen 150 ezer példányban. Kettőt a SPAR-ral közösen, matricagyűjtő promóciók keretében, illetve egy „Kajla 7határban” című könyvet, amely a határon túli magyar településeket mutatja be gazdag képi világgal, gyermekek számára is jól érthető formában.



Titokzatos kalandok Budapesten Kajlával:

A 40 ezer példányban megjelent kétkötetes füzettel a főváros legizgalmasabb útvonalait járhatják be a gyerekek, miközben rejtélyes feladványokat oldanak meg, összesen hat küldetésben.

Apródok: A hazánk várainak és kastélyainak bemutatására készült kalandjátékban a gyerekek mint apródok látogathatnak el több mint 20 helyszínre, ahol egy megbízást

kapnak. Ennek teljesítése után oklevélben részesülnek, és hárompecsétes kisenemesi rangot szereznek.

Rajzfilmsorozat: A 2021-ben bemutatott animációs rajzfilmsorozat első tíz epizódjában Kajla és a Csuda család kalandjait láthatják a nézők. A rajzfilmet az M2 csatorna sugározta, de a Kajla YouTube-csatornán is megtekinthető.

Országos bajnokság: 2020-ban a családok, 2021-ben pedig az osztályok mérhették össze tudásukat online, élőben. A Sulikupán kilenc győztes osztály nyert 1-1 millió forintos osztálykirándulást.

Kajla Digitális Sulija: A világjárványra tekintettel a digitális oktatás nyújtotta keretekhez és új lehetőségekhez alkalmazkodva jött létre az új, élményalapú tanulási platform, amely az egyik legmodernebb eszköz a magyar pedagógusok kezében. A játékokat a tanárok pár kattintással testre szabhatják és kiküldhetik diákjaiknak. Az oldalra közel ezer tanár regisztrált, és a diákok százezerszer játszottak a felületen.

Ajándékok az útlevelekért: Minden évben sokezer nyereménnyel díjazzuk a pecsétekkel és élményekkel megtöltött Kajla útleveleket. Idén például Kajla-órarendet kaphatnak a diákok.



Érdeemes ellátogatni Kajla Youtube-csatornájára is, ahol a különböző projektek során készült százötven érdekes, mesés animációs videó látható.

CHECKINN TURISZTIKAI ÁLLÁSPORTÁL

A Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány (MTSZA) 2021 májusában indította el a CheckINN elnevezésű díjmentes turisztikai állásportált. A koronavírus-járvány világszerte érezte negatív hatását, a turizmus szektorban különösen. A pandémia utóhatásaként az ágazat szereplői újfajta kihívásokkal néznek szembe mind a munkaerő-toborzás, mind a munkakeresés terén. Ebben szeretett volna segíteni az MTSZA, amikor létrehozta a CheckINN állásportált. A platform azzal a szándékkal indult újtárra, hogy hatékonyan támogassa a turizmus munkaerőpiaci fellendülését.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A MTSZA-nál már korábban megfogalmazódott a szektorspecifikus állásportál ötlete, de a pandémia hátráltatta ennek megvalósulását. Az azonban egyértelmű volt, hogy a járvány hatására az ágazatban kialakult nehézségeken (szektorel hanyaglás, munkaerő-elvándorlás) gyorsan szeretnének enyhíteni. A segítő szándék lendületet adott a projektnek, tavaszra elkészült a portál, és az idő igazolta a felület létjogosultságát. A platform legfőbb célja, hogy megkönnyítse a turizmusban érintett munkavállalók és munkaadók egymásra találását. A többi állásportálhoz viszonyítva a rendszer óriási előnye a szegmensspecifikusság. A munkát kereső regisztráltak olyan munkavállalók, akik elkötelezettek a turizmus-vendéglátás iránt. Tapasztalt és pályakezdő kollégák, sőt diákok előtt is nyitva áll a portál, hiszen nemcsak a rutinnak, de a fiatal generáció friss lendületének is helye van a szakmában. A CheckINN állásportál jelenleg teljesen díjmentes, ezáltal is segítve az újraindítást követő időszakot.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

Az újraindulás alatt már látszott, hogy lassan kezd magára találni a turizmus. Nyilvánvaló volt, hogy további fejlődés akkor következhet be, ha a nyitott pozíciókat a megfelelő munkavállalók rövid határidőn belül betöltik. A megváltozott körülmények miatt kevesebb idő és energia jut a strukturált toborzásra, pedig a gyors reagálás kifizetődik, hiszen a munka szakképzett, motivált munkavállalókkal lehet igazán gördülékeny. A MTSZA is érzékelte az időnyomás fontosságát, így az állásportál a projekt volumenéhez képest rekord gyorsasággal állt össze. A CheckINN állásportál tehát tavasszal elstartolt, felületén jelenleg több mint kétszáz turisztikai munkakörre tudnak a vállalkozások hirdetését feladni, illetve a munkavállalók rákeresni. Ez hiánypótló a maga nemében, eddig nem létezett itthon olyan állásportál, ami kimondottan a turizmus szolgálatában állt volna.



DÁMOSY DÁNIEL, CEO, NITRO SALES/MARKETING

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

A platform hatékonyságát már több sikeres toborzás bizonyítja, miközben további tervek is megvalósításra várnak. Az első fázisban a cél a portál gyors elindítása volt, amelyet az erőfeszítéseknek köszönhetően sikerült megvalósítani. A felhasználói élmény fokozása érdekében jelenleg a felületek továbbfejlesztése és új, hasznos funkciók integrálása van a fókuszban: gondolkint itt a hirdetéskiemelésre vagy a releváns hirdetések megjelenésére. Ezen fejlesztések várhatóan az év vége felé fognak elindulni.



Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

karrier.check-inn.hu

CheckINN
Turisztikai állásportál



A CheckINN az összes turisztikai terület számára szeretne megoldást kínálni a toborzás terén, így a vendéglátás, gasztronómia, utazásszervezés, kulturális szolgáltatások, idegenvezetés területén tevékenykedő munkaadók is megtalálják a portálon a számukra ideális munkavállalót.

Az állásportál használatával időt és energiát spórolhatnak meg a szereplők. Mobil- és felhasználóbarát felülete egyszerű és gyors hirdetésfeladást és álláskeresést tesz lehetővé. A letisztult felépítés, az átlátható navigáció, a gyors betöltés és a rezponzív design könnyen kezelhető honlapot eredményeznek.

A munkaadók pár kattintással regisztrálhatnak, és máris feladhatják hirdetésüket. A cégek korlátlan számú nyitott pozíciót tehetnek elérhetővé, ráadásul mintegy kétszáz munkakörben. A lokáció megjelölésével és a tetszőleges terjedelmű hirdetési szövegekkel még pontosabb képet tudnak festeni az adott feladatköréről. A hirdetésfeladás flexibilis, a hirdetések bármikor szerkeszthetők, ezáltal az oldal teljes mértékben naprakész. A cégek válláról minél több terhet igyekszünk levenni, ezért részükre ingyenes ügyfélszolgálati támogatást biztosítunk, ha kérdésük lenne a felülettel vagy a hirdetésfeladással kapcsolatban.

A munkavállalók regisztrációja is hasonlóan egyszerű. A regisztrációt követően pár perc alatt megszerkeszthetik önéletrajzukat, és az alapadatokon kívül megadhatják például a lokációt, ahol munkát keresnek, nyelvismeretüket, a képzettségükre vonatkozó információkat, de akár a munkaidőre, bérezésre vonatkozó igényeiket is.

A rendszer óriási előnye, hogy automatikusan összeköti a munkaadót a munkavállalóval, ha a megadott paraméterek alapján egyezést vél felfedezni. Abban az esetben azonnal értesítést küld a munkavállalónak, ha keresési feltételeinek megfelelő hirdetés jelent meg a portálon. Természetesen

a munkaadó is kap e-mailben tájékoztatást, ha számára alkalmas jelöltet vél felfedezni a rendszer. Ezáltal a vállalatok a pozícióra alkalmas és motivált jelöltek közül válogathatnak, a munkavállalók pedig olyan munkát találhatnak, ami megfelel a keresési feltételeiknek, amit szeretnek és szívesen végeznek.

A vállalatok napi szintű munkáját nemcsak az értesítők könnyítik meg, de nagy arányban profitálhatnak a célcsoport-specifikusságból, a portál széles elérhetőségéből és rugalmasságából.

A CheckINN állásportál gyors, kényelmes és költséghatékony megoldást nyújt a turisztikai toborzás terén, és proaktívan támogatja a munkakeresők és munkaadók egymásra találását. Bizunk abban, hogy ezáltal hozzájárul ahhoz, hogy a turizmus felgyógyuljon a koronavírus okozta nehézségekből és dinamikus, hosszú távú fejlődési pályára lépjen.

A Nitro sales/marketing – Adatvezérelt marketingügynökség 2021 májusától foglalkozik a CheckINN állásportál üzemeltetésével és továbbfejlesztésével.



CHECKINN ONLINE PIACTÉR

Ez egy olyan online turisztikai piactér, amely kizárólag B2B-elven működik, és lehetőséget biztosít a turizmus különböző ágazatainak szereplői számára, hogy üzleti kapcsolatba kerüljenek egymással. Különös jelentősége lehet a portálnak a koronavírus-járvány utáni újraindulás során, mivel naprakész információkat közvetít a szolgáltatókról. Az oldal piacélnkítő és versenyerősítő hatása mellett hozzájárul a minőségi turizmus továbbfejlesztéséhez és az ágazat fehéritéséhez azzal, hogy a regisztrálóknak meg kell felelniük a szigorú szakmai követelményeknek is. Kiváló lehetőség az új szolgáltatóknak a piacra lépésre és a már régóta működő vállalkozásoknak a kapcsolati hálójuk bővítésére.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A portál létrehozásának aktualitása megkérdőjelezhetetlen, mivel a koronavírus-járvány óta több vállalkozás felfüggesztette vagy befejezte tevékenységét, így jelenleg sok a bizonytalanság az üzleti életben, a vállalkozások egy részének új partnerekre van szüksége. A turizmusban működő cégek munkatársai munkaidejük nagy részében azzal foglalkoznak, hogy kiderítsék, korábbi üzleti partnereik működnek-e még, illetve készen állnak-e arra, hogy újra elinduljanak.

A CheckINN Online Piacot követően a működő cégek azonnal regisztrálni tudnak, így viszonylag rövid idő alatt a szolgáltatásuk jellege szerint kereshetővé válnak a rendszerben, aminek köszönhetően az üzleti kapcsolatok felgyorsulnak. Könnyen kereshetünk majd rá, hogy adott területen milyen vendéglátóhelyek, attrakciók, személyszállító vállalkozások, idegenvezetők vagy rendezvényhelyszínek érhetőek el úgy, hogy a működésük főbb irányaira is szűrni tudunk majd, és megtudhatjuk például, hogy egy étterem hány férőhellyel rendelkezik, kínál-e magyaros ételeket, egész évben nyitva tart-e; milyen és mekkora buszai vannak az autóbuszos vállalkozásnak; milyen nyelven beszélő és speciális szakismerettel rendelkező idegenvezetők érhetőek el; milyen típusú rendezvényeknek tud helyt adni a rendezvényhelyszínen.

A portál elindításának négy legfontosabb célja: piacélnkítés, hogy a turizmus szereplői könnyen és gyorsan kapcsolatba kerülhessenek egymással, figyelembe véve az egyes tevékenységek egyedi jellegét, a szolgáltatók egyszerűen és gyorsan kereshető és megtalálható legyenek. Az újraindulás segítése, hogy az elmúlt másfél év kényszerű leállását követően gyorsan felmerhető legyen az ágazat helyzete a működő vállalkozások tekintetében. Platformot biztosítani a piacra kerülő új vállalkozásoknak, illetve egy új kapcsolati háló lehetőségét a már régebben működőknek. Végezetül a minőségi turizmus továbbfejlesztésének segítése azzal, hogy a portálra kizárólag a szigorú szakmai feltételeknek megfelelő és az előírt engedélyekkel rendelkező szolgáltatók regisztrálhatnak.

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

A CheckINN Online Piacot a jelenlegi tervek szerint 2+1 lépcsőben fog megvalósítani. Első körben a turizmus szereplői, például utazási irodák, szállodák, vendéglátóhelyek, rendezvényhelyszínek, személyszállító vállalkozások, idegenvezetők, attrakciók tudnak majd regisztrálni és egymással kapcsolatba lépni.

Egy második fejlesztési szakaszt követően a turisztikai szolgáltatókkal közvetlen kapcsolatban levő, de nem kifejezetten a turizmushoz köthető vállalkozások is jelentkezhetnek majd, hogy üzleti kapcsolatokat alakíthassanak



ERDEI BÁLINT KURÁTOR, MAGYAR TURISZTIKAI SZÖVETSÉG ALAPÍTVÁNY

ki a szűkebb értelemben vett turisztikai vállalkozásokkal. Így a kör bővíthető lesz majd például webfejlesztőkkel, turisztikai vállalkozásokra specializálódott könyvelőkkel, grafikusokkal vagy különböző beszállítókkal.

A harmadik fejlesztési szakaszban egy minősítési rendszer kerülhet kialakításra, amelyen keresztül az egyes szereplők – kizárólag a valós tapasztalatok alapján – minősíthetik majd az egyes szolgáltatókat.

Fontos célkitűzés továbbá, hogy a CheckINN Online Piacot működése és további fejlesztése együtt történjen a CheckINN állásportállal, hogy a regisztrált vállalkozások az adataik egyszeri megadásával jelen lehessenek mindkét oldalon.



Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

piacter.check-inn.hu

CheckINN
Online Szolgáltatói Piacotér



A turisztikai vállalkozások egy regisztrációt követően válnak jogosulttá a platform használatára. A regisztrációhoz az alapvető cégdatok megadása és néhány, az egyes tevékenységekhez tartozó kérdés megválaszolása szükséges. Minél pontosabban adja meg a vállalkozás a kérdésekre a választ, annál könnyebben válik majd kereshetővé más szolgáltatók számára. A regisztráció során szükséges lesz majd a pontos földrajzi helyszíneket is megadni ahhoz, hogy az egyes turisztikai régiókon belül is külön-külön megtalálhatók legyenek a szolgáltatók.

A szolgáltatói mátrix meghatározásakor a teljes turisztikai ágazat bemutatása a cél, a tevékenységi körök meghatározásakor kiemelt helyet kapnak az utazásszervezők, a szálláshely-szolgáltatók, a vendéglátó egységek, a személyszállító vállalkozások, a fürdők, az idegenvezetők, a rendezvényszervezők, a különböző attrakciók és a kölcsönzők is.

A kérdőívek kitöltését követően az egyes szolgáltatások könnyen kereshetővé válnak, így pillanatok alatt rendelkezésünkre állhatnak majd olyan hasznos információk, amelyek eddig sokkal hosszabb utánajárást igényeltek.

A szűrőfunkciók segítségével választ kaphatunk akár olyan kérdésekre is, hogy egy adott turisztikai térségben milyen szolgáltatások elérhetők, hány akadálymentes szállodai szoba áll rendelkezésre, mely éttermek és szállodák rendelkeznek rendezvények magtartására alkalmas termekkel, az egyes helyszíneknek mekkora a befogadóképessége, vagy hogy milyen jellegű attrakciók érhetők el. De az is néhány kattintással kideríthető, hogy van-e az adott régióban például lengyelül beszélő, építészeti szakmerrettel rendelkező idegenvezető, hőlégballonos sétarepülés, elektromoskerékpár-kölcsönzési lehetőség vagy rendszeresen elérhető városnézés.

A regisztráló vállalkozások ezáltal komoly versenyelőnyre tehetnek szert, mivel a CheckINN Online Piac tér segítségével az eddigieknél gyorsabban és egyszerűbben tudnak majd B2B-kapcsolatokat létesíteni, és sokkal több üzleti lehetőség érhető el minden turisztikai szereplő számára, mint a hagyományos, internetes keresési megoldásokkal vagy a hosszan tartó telefonos vagy e-mailben történő érdeklődéssel.



VIRTUÁLIS MICE BUSINESS DAY

A MICE Business Day (MBD) Magyarország egyetlen üzleti turisztikai fóruma. Az egynapos one-on-one workshop 2020-ban a járványhelyzet miatt virtuális formában valósult meg. Az MBD virtuális platformján a délelőtti folyamán egy interaktív, élőben sugárzott konferenciába kapcsolódhattak be az érdeklődők, délután pedig egy virtuális rendezvényterben, saját online standokon fogadhatták a kiállítók a vásárlókat az előre foglalt online órarend alapján. A konferenciába a magyarok mellett külföldi előadók is bekapcsolódtak. A szakmai nap előestéjén egy virtuális fogadáson köszöntötték a házigazdák a másnapi rendezvény résztvevőit. A Turizmus Kft. által szervezett, online térbe költöztetett eseményen közel 500 szakmabeli vett részt.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A MICE Business Day üzleti turisztikai workshop mindekorai küldetése, hogy kapcsolatépítési, üzletkötési és edukációs lehetőséget biztosítson a hazai és a nemzetközi MICE-piac szereplői számára. Ezt a hármas célt kívántuk elérni a pandémia miatt online térbe költöztetett eseménnyel is. Az online rendezvény elsődleges célja volt megmutatni, hogy a rendkívüli helyzetben is fontos prezentálni, hogy az iparág a nehézségek ellenére sem áll meg, a piaci szereplők már a válság utánra koncentrálnak, és igyekeznek alkalmazkodni a megváltozott körülményekhez. A korábbi években a MICE Business Day mindig más helyszínről jelentkezett, ezzel is edukálva az iparági szereplőket az új piaci lehetőségekről, és 2020-ban is folytatta ezt a hagyományt – a virtuális rendezvényterrel.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

A virtuális rendezvény sikere egyértelműen megmutatta, hogy abban az esetben, amikor valamilyen akadály miatt nincs lehetőség élő rendezvény megtartására, érdemes az online megoldásokhoz nyúlni. Az első esti online fogadáson, a délelőtti konferencián és a délutáni one-on-one workshopon közel 500 hazai és külföldi szakember vett részt. Jó volt látni, hogy hatékonyan sikerült mozgósítani az élő rendezvényhez szokott közönséget. Sőt, az online platform segítségével többen tudtak bekapcsolódni az eseménybe, mint az élő rendezvény esetén. A számok és a résztvevők lelkesedése is bizonyította, hogy az iparág a nehézségek ellenére sem áll meg, és igenis van igény a párbeszédre és a közös gondolkodásra a kiállítók és a résztvevők között. A „találkozás” és a szakmai véleménycsere lehetőségét különösen nagyra értékelték a szakmabeliek.



KENDERESY NADIN PR- ÉS RENDEZVÉNYIGAZGATÓ, TURIZMUS KFT.

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

A pandémia nemcsak a szakmára, hanem a szakmát kiszolgáló informatikai vállalkozásokra is nagy nyomást gyakorolt: a most megszerzett új készségek és tudás a járvány lecsengése után is az életünk része marad. Valószínűsíthető, hogy a jövőben minden nagy rendezvénynek lesz valamilyen virtuális megjelenítése is, ami lehetővé teszi, hogy sokkal több emberhez szóljon egyszerre, mint amit az adott helyszín képes befogadni. Felhívta ugyanakkor a figyelmet arra is, hogy a jelentős technológiai költség miatt egy virtuális rendezvény megszervezése nem olcsóbb, mint egy élő eseményé. Tanulva a fentiekből, a MICE Business Day-t a továbbiakban hibrid formában fogjuk megvalósítani.

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT



Hallgassa meg a cikket!

www.micebusinessday.hu

mice | BUSINESS DAY
BUDAPEST 2021



A MICE Business Day hagyományosan egy esti fogadással indul, amelyhez egy online platformot kellett találni, ahol kötetlen formában tudtak találkozni és kommunikálni egymással a résztvevők. A Visual Europe Group közreműködésével a Virbela nevű rendezvényplatformon egy online konferenciateremben tudtak fogadni a vendégeket. A meghívottak érkezéskor testre szabhatták avatárjukat – frizurát, ruhát, kiegészítőket választhattak virtuális megszemélyesítőjük számára. A Turizmus Kft. és az esemény szakmai partnere, a Magyar Kongresszusi Iroda képviselői is köszöntötték a jelenlévőket a virtuális konferenciateremben kihelyezett kivetítőkön keresztül. Ezután vette kezdetét a virtuális networking. A résztvevők, pontosabban az avatárjuk – ahogyan az egy hagyományos fogadáson is történik – ismerkedhettek, beszélgethettek egymással, sétálgathattak a virtuális konferencia-központ különböző helyszínein egész este. Kialakítottunk „chatszobákat” is, ahol a szervezők, valamint kiemelt partnereik külön fogadhatták vendégeiket. A Turizmus Kft. szobájában az online kivetítőkön szabadon lapozgathatták a vendégek a Business Traveller Hungary, valamint a Turizmus.com magazinok legfrissebb számait, de találkozhattak a szerkesztőségek tagjaival is. Külön szobában várta a part-

nereit a Magyar Kongresszusi Iroda csapata is, akikkel a helyszínen tárgyalni is tudtak az érdeklődők.

Másnap reggel a MICE Business Day virtuális konferenciájába kapcsolódhattak be egy korábban megküldött meghívó link segítségével az érdeklődők. Az élőben streamelt előadásokat az esemény rendezvénytechnikai partnere, a Visual Europe Group stúdiójában vettük fel. A felvétel az aktuális járványügyi korlátozások figyelembevételével és az egészségügyi előírások betartásával zajlott. Az előadók csak saját előadásuk idején tartózkodhattak a stúdióban, ahol a színpadon kívül végig maszkot kellett viselniük. Az ötórás, mintegy húsz előadó közreműködésével lezajlott esemény során voltak egyéni prezentációk, filmvetítések, kerekasztal-beszélgetések, külföldi bejelentkezések, sőt online helyszínbemjárás is. Az interaktív prezentációk lehetővé tették, hogy a nézők kérdéseket tegyenek fel. Az online konferenciát közel 300-an követték élőben.

A délutáni one-on-one workshop ugyanazon a platformon zajlott, ahol a délelőtti konferencia, amelyet az Exhibition Hungary Kft. hozott létre. Az esemény kiállítói rendezvényhelyszínek, rendezvénytechnikai szolgáltatók, desztinációk voltak, a vásárlók pedig céges rendezvényszervezők, rendezvényügynökségek, üzleti utaztatók, akik előre egyeztetett időpontokban folytathattak tárgyalásokat egymással. A kiállítóknak 12-12, egyenként 20 perces tárgyalási időpont állt rendelkezésére, amelyekre előzetesen, online órarend alapján jelentkezettek be a vásárlók. Az időpontfoglalással rendelkező szakmai vásárlók egy előzetesen megküldött link segítségével egy virtuális kiállítói térbe léphettek be. Itt minden kiállítónak önálló virtuális standja volt, ahol lehetőség nyílt kiadvány, prezentáció, akár még kisfilm bemutatására is. A szakmai vásárlók a bejelentkezést követően ezeket a „standokat” mind végigjárhatták, és információt gyűjthettek az egyes szolgáltatókról. Az egyéni meetingekbe Zoom-link segítségével tudtak bekapcsolódni. Az esetlegesen felmerülő technikai problémák kezelésére digitális „forródrótot” tartottunk fent az online platformot biztosító céggel közösen. A közvetlen találkozások eredményesen zárultak: a 31 kiállítónál mintegy 350 tárgyalást folytatott le az előzetesen regisztrált 90 szakmai vásárló.



HIÁNYPÓTLÓ MARKETINGESZKÖZ MAGYARORSZÁG NÉPSZERŰSÍTÉSÉRE DIGITÁLIS STUDY TOUR PROJEKT

A Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) Nemzetközi Kapcsolatok Igazgatóságának egyedülálló kezdeményezéseként indult útjára 2020-ban, majd egészült ki újabb epizódokkal 2021-ben a Magyarország főbb turisztikai térségeiről készített „digitális study tour” videósorozat. Ez az innovatív és kreatív ötlet akkor született meg, amikor egyértelművé vált, hogy a világvárvány következményeként – a korábbi évektől eltérően – jó ideig nem lesz lehetőségük külföldi partnereiket személyesen vendégül látni és körbevezetni Magyarországon. Egy forgatócsoport kíséretében nyakukba vették hát ők az országot, hogy megmutassák, milyen kincseket, gyönyörű látványosságokat és színes programlehetőségeket kínálnak hazánk egyes térségei.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A desztinációkról készített, többféle témát (például egészségturizmus, szabadidős turizmus) érintő videók célja, hogy közelebb hozzák a nézőkhöz – hazai és külföldi szakemberekhez egyaránt – az ott fellelhető látványosságokat. Amellett, hogy a képeken is megjelennek, az MTÜ piacszakértői biztosítják a narrációt a piacuk saját nyelvén vagy angolul – a személyes ismertség okán még könnyebbé téve a desztinációhoz való kapcsolódást a B2B-közönség számára. A feliratozott verziókkal együtt összesen 21 nyelvi mutációban valamennyi jelenlegi és feltörekvő küldőpiacunkon elérhető a videósorozat már elkészült epizódjai. A digitális study tour külön előnye, hogy az utazások bármilyen körülmények között (például járványügyi) korlátozása esetén is élményszerűen adja át a tudást az adott desztinációról. Tökéletesen használható webinariumokon felvezetesként vagy az elhangzottak kiegészítéseként.



A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

A 2020-ban indított projekt rendkívül népszerű az MTÜ hazai és nemzetközi partnerei körében egyaránt, hiszen a térségenként készített epizódok hatalmas segítséget nyújtanak a magyarországi desztinációk és szolgáltatásaik megismertetésében. A virtuális tanulmányutak színes, élvezetes formában vezetnek körbe a turisztikai szakembereket az adott turisztikai térségben, ezáltal az utazási ügynökök és utazásszervezők sokkal jobban tudják ügyfeleiket tájékoztatni az adott desztinációban elérhető attrakciókról, aktív turisztikai lehetőségekről. A visszajelzések alapján a digitális study tour filmek hiánypótló marketingeszközt jelentenek, a nemzetközi prezentációk, hírlevelek szerves részévé váltak, sőt, az MTÜ-vel való együttműködésben Oroszországban egy tematikus, a digitális tanulmányút-sorozat epizódjait beépítő edukációs platform is elindult.

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

2021-ben a projekt újabb epizódokkal egészült ki, a munka további nyelvek feliratozásával folytatódik. A hosszú távú tervek között szerepel Magyarország valamennyi turisztikai régiójának bemutatása a projekt keretein belül készített kisfilmekkel. A digitális study tour videósorozat a járványügyi helyzet javulását, a határok megnyitását követően sem válik feleslegessé, sőt, továbbra is ugyanolyan hatékonyan használható a külföldi szakemberek edukációjában, valamint a tényleges utazások mellett is fennmaradó online, illetve hibrid eseményeken a személyes jelenléttel megvalósuló rendezvények színesítéseként.



Hallgassa meg
a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

www.visithungary.com/b2b





Örömmel mutatjuk be a Magyarország főbb turisztikai térségeiről készített „digitális study tour” videósorozatot, amelynek munkálatai a Magyar Turisztikai Ügynökség Nemzetközi Kapcsolatok Igazgatóságának egyedülálló kezdeményezéseként indultak el 2020-ban, majd folytatódtak 2021-ben is.

A nemzetközi piacszakértők akkor álltak elő ezzel az innovatív és kreatív ötlettel, amikor egyértelművé vált, hogy a világjárvány következményeként – a korábbi évektől eltérően – jó ideig nem lesz lehetőségük külföldi partnereiket személyesen vendégül látni és körbevezetni Magyarországon. Egy forgatócsoport kíséretében nyakukba vették az országot, hogy megmutassák, milyen kincseket, gyönyörű látványosságokat és színes programlehetőségeket kínálnak hazánk egyes térségei.

Budapest és környéke mellett a nézők ellátogathatnak a Balatonhoz, Debrecenbe és térségébe, valamint a Tokaj-Nyíregyháza, Mátra-Bükk, Bük-Sárvár, Győr-Pannonhalma és Sopron-Fertő turisztikai térségekbe is. A desztinációkról készített, többféle témát (például egészségturizmus, szabadidős turizmus) érintő videók célja, hogy közelebb hozzák a nézőkhöz – hazai és külföldi szakemberekhez egyaránt – az ott fellelhető látványosságokat, aktív turisztikai lehetőségeket.

Az MTÜ piacszakértői biztosítják a narrációt a piacuk saját nyelvén vagy angolul – ennek köszönhetően valamennyi jelenlegi és feltörekvő küldőpiacunkon elérhető a videósorozat. A munka további nyelvek feliratozásával, valamint – az MTÜ hosszú távú tervének részeként – új epizódok forgatásával folytatódik majd.

Valamennyi kisfilmből készültek narráció nélküli, egyperces videók is, amelyek előadások, webináriumok során változatosan felhasználhatók.

A videókat az MTÜ partnerei rendelkezésére bocsátotta, mint olyan gyakorlati eszközt, amely közelebb viszi a külföldi szakemberekhez, utazási tanácsadókhoz és ügynökökhöz Magyarországot.

A hiánypótló és hatékony marketingeszköz mára a Magyarországot népszerűsítő nemzetközi prezentációk, hírlevelek szerves részévé vált.



NEMZETI SZÁLLÁSHELY-MINŐSÍTŐ RENDSZER

A szálláshely-szolgáltatás nyújtására vonatkozó jogszabályok szerint 2022. január 1-jétől fokozatos bevezetéssel kerül sor a 42 000 hazai szálláshely minősítésére. A Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány létrehozta a Magyar Turisztikai Minőség Tanúsító Testület Nonprofit Kft.-t, amely a szálloda- és a panzióminősítés már működő rendszereinek és gyakorlatának további fejlesztésével készül az összes szálláshelytípusra vonatkozó, kötelező minősítés bevezetésére, valamint a további turisztikai védjegyek kezelésére. A kategorizálás egytől öt csillagig történik, a szállodaminősítésnél már korábban is használt módon – ám kiterjesztve azt az összes szálláshelytípusra. Az így megszerzett minősítések három évig maradnak érvényben.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A szálláshely-minősítés legfontosabb célja a fogyasztók védelme. A vendég számára legyen egyértelmű az utazása megtervezésekor, hogy mit várhat el az adott szálláshelytől. Kaphjon megbízható információt a rendelkezésre álló felszereltségről, a szolgáltatások mértékéről, minőségéről, legyen szó akár magán szálláshelyről vagy szállodáról. A szálláshely-minősítés kötelezővé tétele az ügyfelek biztonsága és komfortja érdekében történik, emellett objektív, átlátható piacot teremt. A szolgáltatásokat arra sarkallja, hogy tudatosabb, jobb minőségre törekedjenek, így javítva versenyképességüket.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

A szállodák és a panziók minősítése korábban is digitális platformon zajlott: a www.hotelstars.hu, valamint a www.panziominosites.hu oldalakon a szálláshelyek önkéntes alapon, az üzemeltető vagy a tulajdonos üzleti döntése szerint kérhették minősítésüket, valamint itt végezheték el az önértékelésüket. A hazai piacon lévő mintegy 1100 szálloda közül máig mindösszesen 321, az 1700 panzióból pedig 558 élt a lehetőséggel, tehát többségük jelenleg sincs minősítve. Az említett digitális felületek ma is élnek, egészen 2021 végéig, így azok, akik bármely oknál fogva még idén szeretnék a minősítést megkapni, ezeken a felületeken regisztrálhatnak, azonban ez esetben az eljárás költségét maguknak kell fizetniük. A 2022-től életbe lépő új rendszer bevezetésével ugyanis az első minősítés díját az állam átvállalja. Január 1-jétől működik majd az a rendszer, amelyben minden szálláshelytípusba tartozó szolgáltató elvégezheti az önértékelést, ezzel megkezdheti a minősítési folyamatot.



BABIK EDIT FŐTITKÁR, MAGYAR TURISZTIKAI SZÖVETSÉG ALAPÍTVÁNY

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

A hotelek és a panziók mellett az új rendszerben minősítésre kötelezettek a kempingek, üdülőháztelpek, ifjúsági és közösségi szálláshelyek, valamint a magán- és egyéb szálláshelyek. A különböző szálláshelytípusba tartozó szolgáltatók ugyanabban az informatikai rendszerben kötelesek regisztrálni magukat, majd ugyanitt egy online kérdőív kitöltésével végezhetik el az önértékelést. Ezt követi a helyszíni audit, amelynek keretében az auditorok arról győződnek meg, hogy az önértékeléskor megadott információk megfelelnek-e a valóságnak.



Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

szallashelyminosites.hu





2022. január 1-jétől kötelező lesz minden hazai szálláshelyen a minősítés, amely típusonként egységes szempontrendszer alapján történik majd. Az idén szeptemberben indult www.szallashelyminosités.hu weboldalon már megismerhették az érintettek a minősítés folyamatát, illetve a szakmai, tartalmi követelményeket. Ezen a digitális felületen zajlik majd a teljes folyamat. Első lépés a regisztráció, amikor is az ügyfél elektronikusan elindítja az eljárást, majd az online felületen elvégzi az önértékelését. Az auditorok a helyszíni ellenőrzéskor ugyanebben a rendszerben a korábbi önértékelés eredményeit látva rögzítik, hogy azok valóban megegyeznek-e a látogatáskor tapasztaltakkal. Ezt követően a szálláshely képviselője az auditorral közösen jóváhagyja a digitális jegyzőkönyvet. Az ügyfél a későbbiekben is ebben az online rendszerben teheti meg észrevételeit. A folyamat során készülő dokumentumok elektronikusan jelennek meg. A rendszer teljesen zárt, a digitális felület transzparens működést biztosít manuális beavatkozás és papír használata nélkül.

A kötelező minősítés bevezetése fokozatosan, felmenő rendszerben történik. 2022. januárjában a szállodákkal és a panziókkal indul, amelyek kötelező regisztrációja már elkezdődött és 2021. december 31-éig tart. A kempingek, üdülőháztelpek és közösségi szálláshelyek 2022. június 30-áig rögzíthetik adataikat, míg a magán- és egyéb szálláshelyek hosszabb időt kapnak a kötelező regisztrációra, ők 2023. január 1-jéig tehetik azt meg. Ez utóbbiak minősítéséhez a nagy létszám miatt egy külön digitális időpontfoglalási felület kerül majd bevezetésre.

A nemzeti szálláshely-minősítő rendszer szállodákra vonatkozó szakmai kritériumai megegyeznek a 2009. decemberében alapított Hotelstars Union által kidolgozott, harmonizált követelményrendszer elvárásaival. A Hotelstars

Union 18 tagországában – amely mintegy 180 milliós piacot képvisel – 28 ezer szálloda minősítése azonos elvek szerint történik több mint tíz éve. A panziókra vonatkozó követelményrendszer a szállodák minősítési rendszere alapján, az értelemszerű eltérésekkel került kidolgozásra. A többi szálláshelytípusban (kemping, üdülőháztelep, közösségi szálláshely, magán szálláshely, egyéb szálláshely) a minősítés szakmai követelményeinek meghatározása és felülvizsgálata a szakmai szervezetek és piaci szereplők egyeztetésével zajlott.

A 2022-től életbe lépő új rendszer bevezetésével az első minősítés díját minden szálláshely esetében az állam átvállalja, tehát a szálláshelyek, vállalkozások számára mindez nem jár költséggel. A korábban megszerzett minősítések megtartják érvényességüket annak lejártáig.



A LEGJOBB REPUTÁCIÓTÓL A BEVÉTEL MAXIMALIZÁLÁSÁIG EVERGUEST

Az Everguest széles körű szolgáltatásokat és tanácsadást nyújt szállodáknak és éttermeknek reputációmenedzsment, revenue menedzsment, valamint marketingmenedzsment terén. A szállásválasztási folyamat három döntő tényezőjét – a vendégvéleményeket, az árat és a megjelenést – szem előtt tartva, a három terület szinergiáit ismervé és kihasználva érünk el bevételnövekedést, erős online reputációt és vendégorientáltabb megközelítést. A vendégértékelések és az online megjelenés olyan szinten meghatározóvá vált, hogy ma már elképzelhetetlen az optimális árazás és bevételszint elérése ezen területek professzionális kezelése nélkül.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

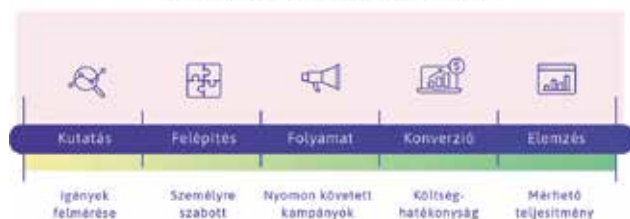
A legújabb szállodai trendek és a folyamatosan megújuló online lehetőségek ismerete és kiaknázása nélkül manapság egyetlen szálloda sem lehet igazán sikeres. A szállásválasztási folyamat területeinek fontossága ismert ugyan a szállodák körében, de kapacitás és megfelelő szak tudás már nem mindenhol áll rendelkezésre az újraindult belföldi, illetve nemzetközi turizmusban. Erre nyújt megoldást az Everguest, amelyet nem úgy kell elképzelni, mint egy külsős szolgáltatót, hanem mint a személyzet egy tagját. Amikor létrejön a kapcsolat a szálloda és az Everguest között, az olyan, mintha egy új dolgozót vennének fel, aki ugyanúgy fogja ismerni a szálloda szolgáltatásait, módszereit, gondolkodásmódját és álláspontját, mint bármelyik dolgozó. A szállodával együtt, a közös sikerekért dolgozunk.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

Az Everguest csapata az ország minden pontján jelentős eredményeket ér el. Az eddigi sikereket megnézve több, korábban is jó értékesítéssel üzemelő szállodánál sikerült átlagosan több mint 170 százalékos RevPAR-növekedést, több mint 280 százalékos PACE-előnyt, átlagosan 18 százalékos szobaátlagár- és 56 százalékos bevételnövekedést elérnünk.

Az eredményesség kulcsa az Everguest egyedülálló eszköztárában található. Ezek a megoldások adatvezérelt és innovatív alapokra épülnek, amelyeknek köszönhetően az Everguest által kezelt szállodák meghatározó lépéselőnyhöz jutnak versenytársaikkal szemben. A revenue menedzsment, a reputációmenedzsment és a marketingmenedzsment feladatai távolról is végezhetők. A kiszervezett szolgáltatás keretében a szálláshelyhez kijelölt Everguest manager és a hozzá tartozó csapat napi szinten kezeli, menedzseli és optimalizálja a szálloda árazását a legmodernebb eszközök és rendszerek segítségével, monitorozza és kezeli a vendégvéleményeket, valamint a szálloda online megjelenéseit és kampányait. A kiszervezésnek és a szakmai csapatnak köszönhetően egyetlen nap sem esik ki szabadság vagy betegség miatt a szálláshely bevételeinek maximalizálásában.

MARKETING STRATÉGIA



BELÁN MIKLÓS VEZÉRIGAZGATÓ, EVERGUEST

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

Magyar vállalatként nagyon fontos számunkra a magyar szállodák sikere, ugyanakkor a hazai piac mellett fokozatosan erősítjük külföldi jelenlétünket is. Jelenleg is zajlik folyamataink és megoldásaink automatizációja, folyamatos az új, digitális termékek létrehozása, amelyekkel a szállodák további adatvezérelt döntéseit, valamint a további külföldi terjeszkedést tudjuk támogatni. Ezt elősegítendő, 2021 nyaratól az értékesítési vezetői feladatokat Neil Middleton látja el az Everguestnél, aki korábban olyan cégeknél töltött be vezetői pozíciót, mint a Booking.com vagy az Expedia Group.

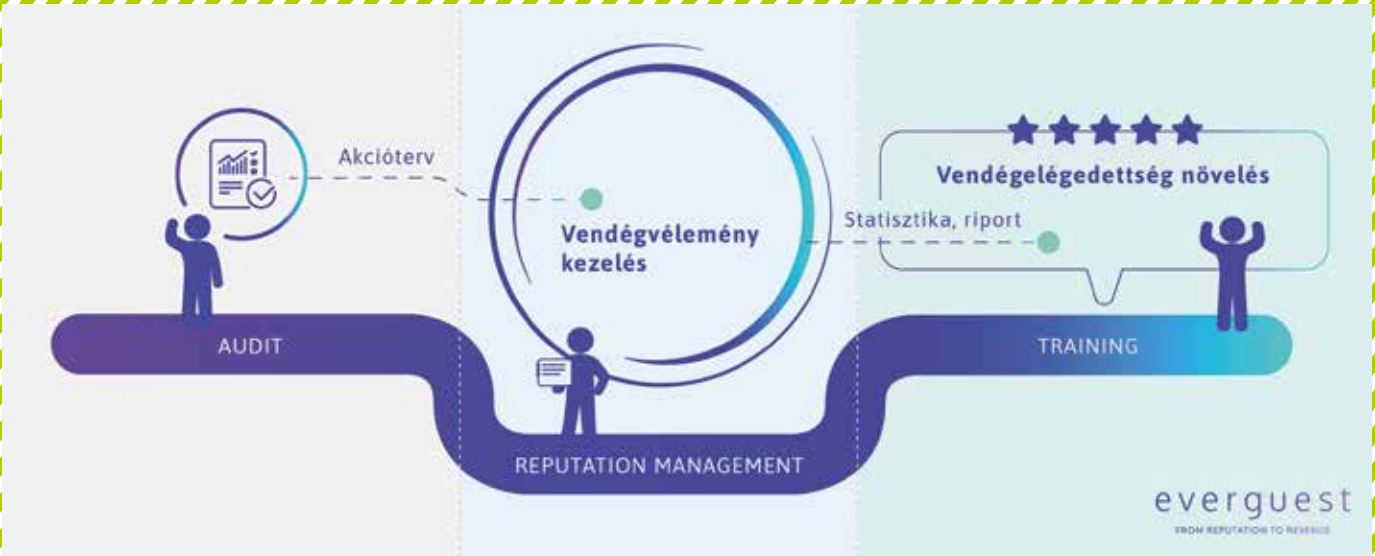


Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

www.everquest.net

everquest
FROM REPUTATION TO REVENUE



A szállásválasztási folyamat egyik – és egyben az Everquest által is kezelt – legfontosabb területe a reputációmenedzsment. Ahhoz, hogy tökéletes vendégélményt tudjon nyújtani egy szálloda, ismernie kell a vendéget: meg kell érteni, mit szeretnek és mit nem, mi a kívánságuk, mik a fájdalompontok. Ennek nagyszerű módja a vélemények elemzése és kiértékelése. Az Everquest folyamatosan monitorozza és elemzi a véleményeket, amelyekből megtudják a szállodák: mi az, ami nagyon jól működik, és mi az, ami kevésbé. A hosszabb időszakokat is felölelő elemzés segít abban, hogy fundamentális, operációs hiányosságokat vegyünk észre, részletekbe menő ok-okozati összefüggéseket találjunk, ezek ismeretében pedig megoldási javaslatokat adjunk. Emellett a szálloda marketingkommunikációjához adunk olyan impulzusokat, amelyek segítik a potenciális vendég elköteleződését és a szálloda bevételnövelő képességét. Az elemzés mellett a beérkező vendégvéleményeket minden platformon, akár több nyelven meg is válaszoljuk.

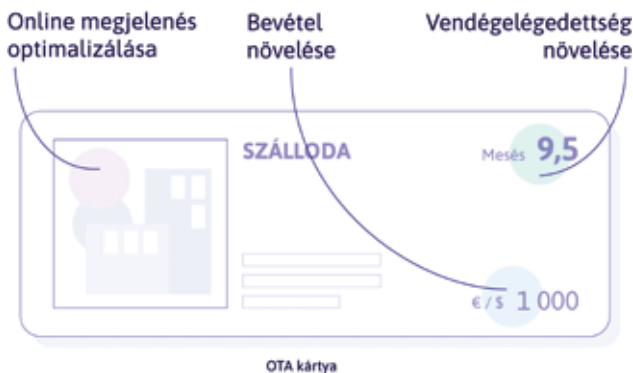
A szállásválasztási folyamat másik fontos tényezőjét a revenue menedzsmenttel fedjük le. A dinamikus árazás a revenue menedzsment egyik kulcsfontosságú eszköze, amellyel akár az év 365 napját egyedileg tudjuk árazni, figyelemmel kísérve a piac keresleti és kínálati oldalát, nap mint nap reagálunk a változásokra. A dinamikus árazással és a különböző értékesítési megoldásokkal a piacon potenciálisan elérhető, lehető legmagasabb átlagár és foglaltság elérésére fókuszálunk.

Fix árazásról dinamikus árazásra történő áttérésnél az eszközökre és a megfelelő szakmai háttér felépítésére van szükség. Hatékony dinamikus árazáshoz a szálláshelynek rendelkeznie kell statisztikai kimutatásokra alkal-



mas szállodai szoftverrel, valamint egy olyan disztribúciós eszközzel (channel manager), amely segít kezelni a szálláshely kapacitáit és árait valós időben, minden értékesítési csatornán. A dinamikus árazás bevezetésének elengedhetetlen eleme a megfelelő árazási stratégia felépítése – revenue menedzsmentben jártas szakmai támogatás mellett. Ebben segít az Everquest, így a szálloda képes lesz a megfelelő szobatípust a legalkalmasabb pillanatban a lehető legjobb áron a megfelelő vendégnek eladni úgy, hogy a költséghatékonyságot figyelembe véve választja ki értékesítési csatornáit.

Az Everquest a szálloda online megjelenését is optimalizálni tudja. Nagyon fontos, hogy akár egy vidéki, kisebb szálláshely is stratégiában gondolkodjon, illetve felismerje, hogy az online marketing szorosan kapcsolódik a reputáció- és revenue menedzsmenthez, hiszen a szállodáról kialakított kedvező képet a korábbi és leendő vendégekben is tudatosítani kell. Érdemes áttekinteni a legfontosabb kitűzött és elérendő célokat, meghatározni az ehhez szükséges eszközöket, és akár előre megtervezni az éves kommunikációt. A szálláshelyeknek olyan csatornákat kell választaniuk, amelyeket napi szinten használnak a vendégeik, és amelyeken célzott és kreatív hirdetések segítségével érhetik el potenciális célközönségüket. Fontos, hogy online marketingdöntéseiket adatvezérelt módon hozzák meg, jelen legyenek, és folyamatosan fejlesszék megjelenésüket a kiemelt felületeken, beleértve a weboldaluk optimalizálását, a social media oldalaik naprakészen tartását és az OTA-oldalakon való jelenlétet.



A JÖVŐ SZÁLLÁSHELY-ÜZEMELTETÉSI RENDSZEREI

TMRW HOTELS

A TMRW okostelefonapplikáció-család azzal a céllal született meg, hogy a szálláshelyiparágban vigyen végbe alapvető változásokat az üzemeltetés és a vendégélmény terén. Azzal a misszióval indultunk neki a vállalkozásnak, hogy egy olyan megoldást hozunk létre, ami a digitalizáció és az automatizáció segítségével megkönnyíti a szálláshely-üzemeltetést, és olyan vendégélményt nyújt, ami felejtethetlenné teszi az utazást. A TMRW-rendszerek az egész szálláshelyélményt digitálissá varázsolják a vendégek számára, és ezzel egy időben az üzemeltető adminisztratív teendőit teljes mértékben automatizálják.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A TMRW-rendszerek automatizált folyamatainak segítségével a szálláshely-tulajdonosok rendkívül hatékony és innovatív módon tudják üzemeltetni a szálláshelyeiket, adott esetben távoli és/vagy kontaktmentes üzemeltetést is meg tudnak valósítani, ami a járványhelyzetre való tekintettel nagy előny lehet a vendégszerzés szempontjából. A költségcsökkentés és hatékonyságnövelés mellett a rendszer használata lehetőséget biztosít új bevételi források kiaknázására és egy papírmentes, illetve plasztikkulcskártya-mentes zöldműködésre is. A vendégek oldaláról pedig egy stresszmentes, kényelmes, okostelefonról elvégezhető élményt adunk, ami végigkíséri őket az egész szállodai tartózkodásuk alatt.

A TMRW-rendszerek ennek köszönhetően hozzájárulnak egy fenntartható és a kor elvárásait meghaladó üzemeltetési modellhez.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

A TMRW-alkalmazáscsalád zsinórban háromszor elnyerte a Budapesti Vállalkozásfejlesztési Közalapítvány által szervezett startupversenyt, illetve bekerült a 2018-ban rendezett, az Egyesült Nemzetek Turisztikai Világszervezete, az UNWTO által szponzorált turisztikai verseny legjobb 10 jelöltje közé.

A TMRW-rendszerek jelenleg több száz vendégszobát szolgálnak ki Magyarországon, Szlovéniában és Ausztriában, amivel több ezer vendégnek könnyítik meg az utazását. Ezek a számok folyamatosan növekednek, mivel egyre nagyobb az igény az innovatív, környezetkímélő és digitális szállodai megoldásokra. A mi megoldásunknak köszönhetően már több mint húsz ezer digitális check-int végeztek el a vendégeink, több százezerszer nyitottak ajtót, és több mint kétszáz ezer oldalnyi nem kinyomtatott A4-es lapnak köszönhetően körülbelül húsz fát mentettek meg a kivágástól.



PALICZ PÉTER CHIEF BUSINESS DEVELOPMENT OFFICER, TMRW KFT.

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

A víziókn globális, szeretnénk a világpiac minden szegletébe eljuttatni a megoldásainkat annak érdekében, hogy segíteni tudjuk a szálláshelyek fejlődését és hatékony üzemeltetését, illetve hogy kiszolgálhassuk azt az utazóközönséget, akik számára az „okos” megoldások már elvárást jelentenek az utazásaik során. A 2022-es évet nagy lehetőségként kezeljük, mivel a globális turizmus elkezd visszatérni a megszokott kerékvágásba, és minden szálláshelynek meg kell küzdenie az új helyzettel, amit a Covid teremtett, illetve szembesül annak a hozadékaival, így például a kontaktmentes vendégélménnyel, a távoli üzemeltetéssel vagy az innováció és a digitális megoldások elfogadása iránti pozitív hozzáállással. A TMRW-applikációcsalád a teljes vendégélmény lefedését célozta meg, és ennek érdekében az okoszállodai/okosszobai eszközök fejlesztése is kezdetét veszi. További fő cél az, hogy minél szélesebb körben terjedjen el az okoszállodai élmény iránti vendégérdeklődés.



Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

www.tmrwhotels.life





A TMRW 2017-ben indult, amikor megszületett az ötlet, aminek a leírása egy darab A4-es papírra el is fért. Elhatároztuk, hogy egy okosszállodát szeretnénk nyitni, ahol a vendégek mindent saját maguk tudnak elvégezni, és ahol minden automatizáltan tud működni. A VII. kerületben, a Nyár utcában található, négycsillagos KViHotel Budapest szállodát úgy kezdtük el felépíteni, hogy az legyen az első teljesen okos szálloda egész Európában. A projekt felénél tolódott át a fókusz abba az irányba, hogy ne csak egy, a KViHotellel kompatibilis megoldást fejlesszünk, hanem egy minden szálláshely számára elérhető, felhőalapú rendszert. A célunk az volt, hogy ne egy applikáció legyünk az applikációk tengerében, hanem egy valós, validált szállodai megoldással tudjunk piacra lépni, és ehhez tökéletes „labor” biztosít a KViHotel Budapest szálloda.

A TMRW-rendszerek az üzemeltetőknek három fő pontban segítenek: költségcsökkentés – hatékonyságnövelés, extra bevételi és kommunikációs csatornák megnyitása és digitális vendégélmény biztosítása. A TMRW minden, a vendég által az appban elvégzett teendőre egy automata válasszal reagál



az üzemeltetési oldalon, így lehet elérni, hogy a korábban sok időt felemésztő adminisztráció nullára csökkenthető, és adott esetben egy fő tud üzemeltetni akár egy 40-50 szobás szálláshelyet is.

A TMRW-appokat használó vendégek már a foglalás pillanatától kezdve élvezhetik a TMRW, avagy a „holnap” szállodai élményét, mivel a rendszerünk már ezen a ponton elindul. A vendégek egy automatikusan generált és kiküldött üzenetben tájékoztatást kapnak a TMRW-rendszerről és a teendőkről, illetve az appon keresztül vagy online fizetési lehetőségekről, ezek után a folyamat az applikációk letöltésével folytatódik. A letöltés és a regisztráció után a felhasználóknak a korábban elküldött e-mailben található foglalási azonosítót kell használniuk a becsekkolási folyamat elindításához, amit már 3 nappal az érkezés előtt elvégezhetnek.

A vendégeknek kötelezően ki kell tölteniük minden olyan adatot, amiket a hatályos jogszabályok megkövetelnek az adott országból. A becsekkolást követően a vendégek megkapják az applikációra a virtuális/bluetooth kulcsukat, amivel a szobájukat vagy a közös helyeket tudják majd nyitni, így már nem lesz szükség a kártyás ajtónyitásra. Amint a vendégek bejutottak a szobába, a szálláson belüli vagy azon kívüli szolgáltatásokat tudnak rendelni, illetve ezeket azonnal ki is tudják fizetni, továbbá lehetőségük van a szálláshellyel csetelni. Amennyiben a szálláshely rendelkezik okos szobai megoldásokkal, mint például világítás vagy fűtés, úgy a vendég azokat is tudja irányítani a TMRW-applikáción keresztül. A felhasználók több információt is meg tudnak nézni az alkalmazásban, mint például költségek, szállodai információk, wifijelsző, de adott esetben a „Ne zavarj!” táblát is ezen keresztül tudják bekapcsolni. A távozás napján akár az ágyban fekve is ki tud jelentkezni a vendég a szálláshelyről, ami után automatikusan megkapja a rendszer által generált számlát.



A Munch az első olyan magyar fejlesztésű platform, amelyen keresztül több mint háromszáz étterem, pékség, bolt és szálloda kedvezményesen értékesíti az el nem adott, de jó minőségű ételeit Magyarország több mint 14 városában és július óta már Romániában is. A Munch segítségével bárki felelős ételmentő lehet, hiszen olyan ételeket tud megvenni, amik egyébként a kukában végeznék, alkalmanként pedig egy-egy adag meleg ételt ajándékozhat nélkülöző embertársainak. Fontosnak tartjuk a társadalmi szemléletformálást is, ezért rendszeresen tartunk környezetvédelemmel kapcsolatos előadásokat, blogot vezetünk, interaktív workshopokat szervezünk, jelenleg pedig egy új, innovatív gamification programon dolgozunk.



A MUNCH CSAPATA

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A Munch célja, hogy minimálisra csökkentse az élelmiszerpazarlás mennyiségét, miközben a szolidaritást és a társadalmi felelősségvállalást is népszerűsítse a városlakók körében. Egy átlagos, menüztető vendéglátóhely naponta 8-10 adag ételt dob ki, ami havi szinten 143 kilogrammnyi és közel háromszázezer forintnyi ételt jelent. A Munch nélkül ezek a vendéglátóhelyek nemcsak a fogások eladási árát veszítenék el, de a maradék elszállításának költségei is őket terhelnék. A Munchon keresztül plusz bevétel nemcsak a Covid-19 okozta válsághelyzet áthidalásában segít, hanem hosszú távon is biztos bevételi forrást jelent.

Az ételmentő platform turisztikai vonzerő is lehet, hiszen kedvezményes áron biztosít jó minőségű ételeket szerte az országban. A Munchon keresztül szinte a világ bármely konyháját ki tudják próbálni a felhasználók. A Munch által képviselt fenntarthatósági szempont pedig hozzáadott értéket jelent a vendéglátásban.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

Az indulásunk óta több mint százezen töltötték le az applikációt, és hatvan-ezernél több ételcsomagot mentettünk meg, ami közel 185 tonna szén-dioxid-kibocsátást váltott ki. Jótékonysági akcióinkon keresztül több mint háromezer ételcsomagot osztottunk ki. Kezdeményezésünket hazai és nemzetközi szinten is elismerték már: 2020-ban a Kékboldog Alapítvány a Munchot választotta az Év

fenntartható vállalkozásának, 2021-ben különdíjat kapott a Highlights of Hungary versenyen, illetve 2021-ben kitüntették az OMÉK-on az Élelmiszerpazarlás Megelőzéséért Díjjal élelmiszer-kereskedeleme kategóriában.

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

Célunk, hogy a Munch az ország egész területén jelen legyen, és minden városban legyen lehetőség az ételmentésre. A közeljövőben szeretnénk elindulni további országokban is, és a régió vezető ételmentő alkalmazásává válni. Ehhez kulcsfontosságú egy biztos és lelkes csapat kialakítása.

Terveink között szerepel egy gamifikációs program kialakítása, ami játékosabbá és élvezhetőbbé tenné az ételmentést, emellett hosszú távon is fenntartható napi rutinokat alakítana ki, így nemcsak a vendéglátóhelyeken, hanem a háztartásokban is csökkentenénk az élelmiszerhulladékot.



Hallgassa meg a cikket!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

www.munch.hu



A Munchot négy, vállalati tapasztalattal rendelkező egyetemista alapította 2020 nyarán. Mára a csapat tizenhat főre bővült, amelynek tagjai különböző szakmai, társadalmi és kulturális háttérrel rendelkeznek.

A platform használata egyszerű: a vásárlóknak le kell foglalniuk a kiválasztott étterem ételcsomagját az alkalmazáson vagy a honlapon keresztül, amit online tudnak kifizetni, majd egy előre megadott időszámban átvenni

a partnerüknél. Így mindenki jól jár: az étterem bevételt tud realizálni egy elveszettnek hitt költségből, a vásárlók 40-60 százalékos kedvezménnyel tudnak jókat enni, a környezetről pedig jelentős mennyiségű terhet veszünk le. A Munchon keresztül nemcsak saját maguknak tudnak a vásárlók ételt menteni, hanem rászorulóknak is adományozhatnak. A Magyar Élelmiszerbankkal együtt kifejlesztett MunCharity programunk segítségével az ételmentők által vásárolt ételek olyan rászoruló családokhoz kerülnek, akik nem jutnak megfelelő mennyiségű és minőségű élelemhez.

A Munch kulcsfontosságú szerepet tölthet be az ököváros koncepciójában azáltal, hogy csökkenti a városok hozzájárulását a globális felmelegedéshez, hiszen a Munch nélkül a megmaradt élelmiszerek a kukában végeznék, és a lebomlás során nagy mennyiségű szén-dioxid szabadulna fel, ami jelentősen hozzájárulna az üvegházhatás növekedéséhez.

A MunCharity hozzájárul a fenntartható életkörülmények kialakításához. Jelenleg nincs mód arra, hogy civil szervezetek kis mennyiségű élelmiszer-felületet juttassanak el a vendéglátóiparból és a kiskereskedelemből a rászorulókhöz, azonban a Munch jelenlegi platformja – a Magyar Élelmiszerbank Egyesülettel szorosan együttműködve – újszerű csatornaként működhet kis mennyiségű jótékonyági ételadományok szétosztásában, így a legkisebb vendéglátóhelyek is részt vehetnek a jótékonyágban, és a rászorulók maguktól is elmehetnek a jó minőségű ételekért.

A Munch fontos platformként működik a szemléletformálásban is. Aktív közösségimédia-kampányokon keresztül érzékenyítjük a lakosságot a környezeti problémákkal kapcsolatban. Rendszeresen adunk elő diákszervezeti rendezvényeken és konferenciákon; blogot vezetünk, ahol a mindennapi életbe beépíthető tippeket adunk; elindítottuk a Hatékonyha sorozatot, amelyben a konyhai élelmiszerpazarlásra hívjuk fel a figyelmet. Ezenkívül jelenleg is dolgozunk egy gamifikációs projekten, ami a felhasználók számára nyújt élvezetes, játékos tanulást ételmentés közben. A program az élelmiszer-pazarláson kívül a fenntarthatóság más aspektusaira is épülne, úgymint a szelektív hulladékgyűjtés vagy a környezettudatos mobilitás. A vásárlók kihívásokon és játékokon keresztül sajátítanák el a „zöld életmódot”.



SCREBO

A Screbo innovatív megoldást kínál olyan szálláshely-tulajdonosoknak, akik szeretnék egy érintésmentes megoldással növelni a vendégélményt, és digitális alternatívát keresnek a hagyományos, papíralapú szobainformációk és ajánlatok kezelésére. A magyar startup olyan modern és felhasználóbarát vendégtájékoztató rendszert kínál, amelynek funkciói között szerepel az azonnali értékelő rendszer, programajánlók, speciális ajánlatok és konferenciák programtervének feltüntetése, valamint a self check-in lehetősége. A járványra adott válaszul pedig bevezetésre került az érintésmentes étlap funkció is, amely ma már számos étteremben használható országszerte.

A PROJEKT TURISZTIKAI HASZNOSSÁGA, CÉLJA

A Screbo küldetésének legfontosabb eleme a kezdetektől fogva a digitalizáció előnyeire fókuszáló turisztikai jövőkép kialakítása, a papírmentes turizmus promotálása, továbbá a vendégek és munkavállalók interaktív „átnevelése” egy fenntarthatóbb, pazarlásmentes életre. A járvány utáni újraindulás segítésére létrehozott Restart programunk keretében a célunk minél több vendéglátóhelyhez eljutni, hogy egy bizonyos ideig ingyenesen biztosítsuk – pilot céljából – megoldásunkat szálláshelyeknek, éttermeknek és egyéb turisztikai szolgáltatóknak egyaránt.

A PROJEKT EDDIG ELÉRT EREDMÉNYEI

A Screbo 2019-ben első helyen végzett a HubHub Budapest közösségi iroda első pitch versenyén, majd 2020-ban közönségdíjjal jutalmazták a Business Excellence „Innovatív digitális megoldás” kategóriájában a cég tevékenységét, továbbá a projektet beválogatták a száz magyar találmányt és fejlesztést bemutató kiadványba, amely a Magyar Innovációs Szövetség szakmai támogatásával jelent meg 2020-ban. A digitális concierge rendszert jelenleg több mint kétezer szállodai szobában lehet elérni az ország számos területén. A startup partnerei között tudhatja a Danubius Hotels és a Hunguest Hotels több szállodáját, illetve a d.Five Apartments budapesti és balatoni részlegét is. A járványra adott válaszul szeptemberben bevezetett érintésmentes étlap funkció pedig már több mint 15 étteremben és kávézóban használható.



VADÁSZ GÁBOR ÜGYVEZETŐ, SCREBO

A PROJEKT TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ TERVEK

A Screbo jövőbeli céljai között szerepel a nemzetközi terjeszkedés, valamint a mesterséges intelligenciára alapuló, korra, szezonra és időjárásra vonatkozó ajánlatok, illetve hirdetések funkciójának integrálása az eddigi rendszerbe. A startuptot eddig kizárólag saját forrásokból finanszírozták az alapítók, akik az organikus növekedés mellett tették le a voksukat. A további fejlesztésekhez befektetőkre és/vagy kockázati tőkére, illetve nemzetközi értékesítőkre van szükség, ezzel kapcsolatban már tárgyalásokat folytatunk piaci szereplőkkel.

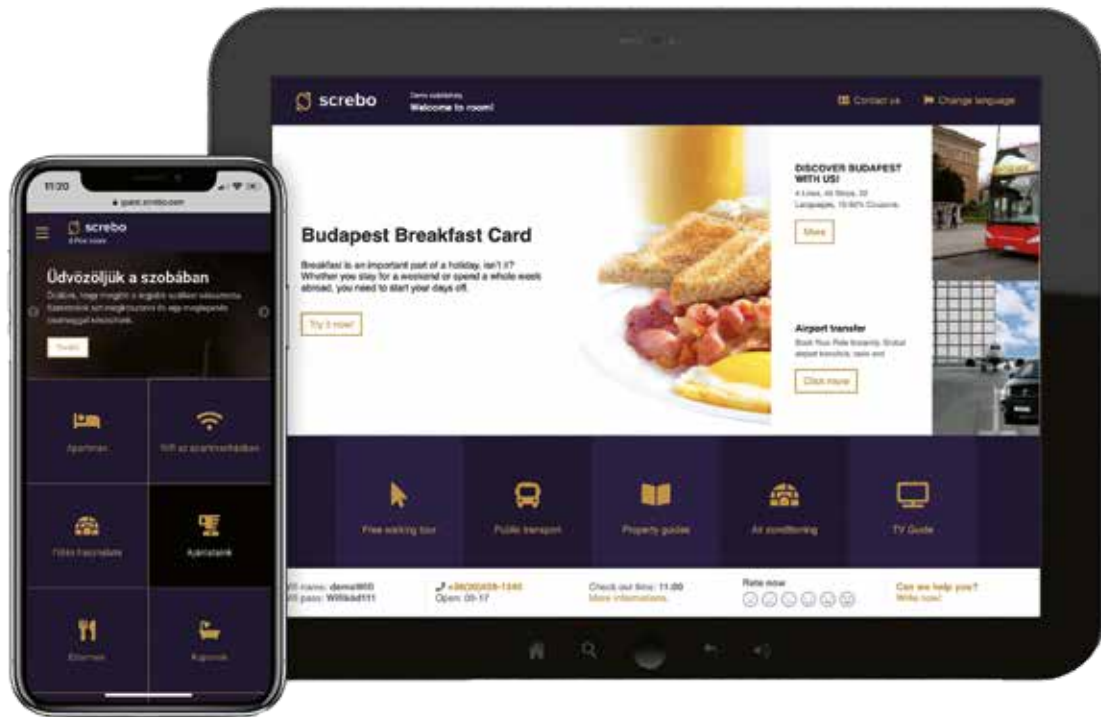


Hallgassa meg a cikket!

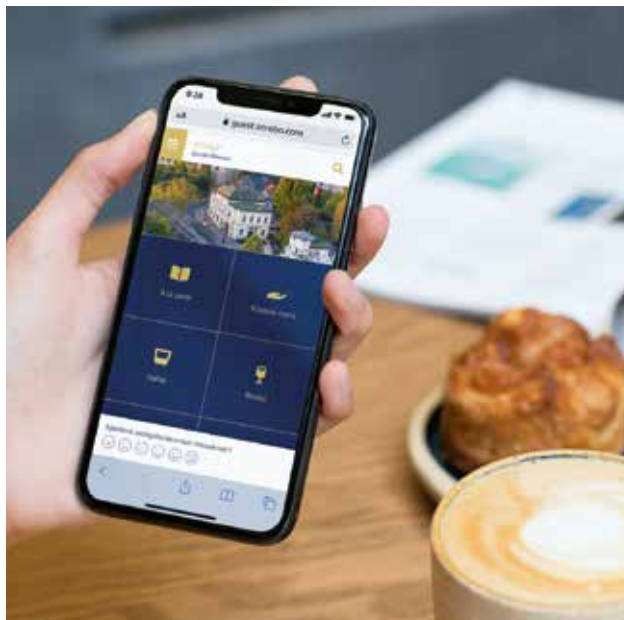
TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ÉS KAPCSOLAT

www.screbo.com





A 2018-ban alapított startup azzal a céllal jött létre, hogy olyan digitalizációs megoldást kínáljon a hoteleknek, amelyek által nőhet a vendégélmény és csökkenhet a személyzet leterheltsége. A tapasztalatok szerint ugyanis a recepciókon legtöbbször ugyanazokat a kérdéseket teszik fel a vendégek: a szolgáltatások és a környékbeli lehetőségek felől érdeklődnek, mégis a legtöbb időt a be-, illetve kijelentkezés miatt kell a recepciós pultnál tölteniük. A Screbo fejlesztése erre kínál megoldást. A szobainformációk, útmutatók vagy étlap eléréséhez nem kell külön alkalmazást letölteni a telefonra, a Screbo felülete így is legalább olyan gyors, akárcsak egy natív applikáció. Használata felhasználóbarát és interaktív, az információk elérhetők egy weblink segítségével vagy egy QR-kód kihelyezésével, amelynek köszönhetően a ven-



dégek a saját telefonjukon tudják elérni a szálloda szolgáltatásait, recepcióját, és azonnal tudnak visszajelzést is adni. Az exkluzív minőségű szobáknak prémium megjelenést biztosít, ha a vendégek tableten tudják megtekinteni a szobához tartozó információkat. A digitális megjelenés új élményt biztosít a szoba használatakor, nem beszélve arról az előnyről, hogy a Screbo használata hatékony módszert kínál a kiegészítő szolgáltatások eladására a szálláshely-szolgáltatók számára.

Beüzemelése rendkívül egyszerű, ráadásul a gyors feltöltéssel és adatkezeléssel már külső szoftvekből is átvehetők a szállás adatai, gyorsítva a szükséges információk adminisztrálását. Kiváló minőségben készült fotókkal, videókkal illusztrálva a felületen helyet kaphatnak olyan érdekességek is, mint például a szolgáltatóegység története, a csapat tagjainak bemutatása vagy az aktuálisan ajánlott programok. Mindemellett a Screbo közvetlen elérést biztosít a recepció felé egy beépített chatbot használatával. Az érintésmentes étlap funkció bevezetésén túl a Screbo használata számos más problémára is megoldást tud nyújtani éttermek és kávézók számára. A környezettudatosság jegyében például az árat, napi menüt az étlap teljes cseréje helyett csupán pár kattintással változtathatjuk. Az adminisztrációs felület könnyen kezelhető, ahol a speciális ajánlatok feltüntetése mellett lehetőség van az allergének és egyéb információk megjelenítésére is. Nem utolsósorban a rendszer bevezetésével csökkenthető a várakozási idő, a kontaktusok számának mérséklése pedig fontos elvárás lehet az alkalmazottak védelmét illetően. A járványhelyzet következtében a költségcsökkentés sem elhanyagolható szempont, amire szintén alternatíva a Screbo, mivel használatával megszűnik az étlap nyomtatási költsége. A minőségi vendégélmény növelésével a szolgáltatók összességében több bevételhez juthatnak, például az extra szolgáltatások értékesítésével vagy hirdetések megjelenítésével, mindezt egy zöld, Covid-19-biztos, több nyelven is elérhető felület segítségével.

A MAGYAR TURISZTIKAI SZÖVETSÉG ERNYŐMÁRKÁJA

CHECKINN TURISZTIKAI INNOVÁCIÓS HUB

A CheckINN egy olyan turisztikai innovációmenedzsment-platform, amelyet a turisztikai szolgáltatások minőségi megújítására kész kreatív elmék, innovatív ötletgazdák, az újfó gondolatok képviselői számára hozott létre a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány (MTSZA). Lehetőséget teremt a cégek, szponzorok, befektetők számára, hogy üzletük fejlesztéséhez megtalálják azokat a tehetséges és elhivatott szakembereket, akik a turisztikai szektorban perspektívát látnak és valamely turisztikai szegmensben keresik a kibontakozás irányait. A CheckINN azoknak a klubja, akik a turizmus valamely területén akarnak valami új dolgot elindítani, és a terveikhez társakat, szakmai és üzleti partnereket, támogatókat, szponzorokat, befektetőket keresnek.



Az MTSZA célja, hogy a CheckINN ernyőmárka szolgáltatásai egy szakmai életút minden fázisában lehetőséget és támogatást biztosítsanak a fejlődésre a turisztikai szakemberek számára. Ennek érdekében a CheckINN portfóliójában az alábbi szolgáltatásokat kínálja, illetve fejleszti a modern magyar turizmus megteremtése érdekében:

A felsőoktatásban tanulókat az évente megrendezésre kerülő **Turisztikai Innovációs Versennyel** vonják be az ágazatba. A verseny egyetemista csapatok kreatív turisztikai ötleteinek felkutatását és elismerését célozza meg.

A 2021-ben először meghirdetett **CheckINN feszt** olyan pályázati lehetőség, ahol a turisztikailag kevésbé frekvenciát helyek, időszakok fesztiváltípusú fellendítésére várnak kreatív ötleteket. A versenyen neves szakemberek mentorként segítik a pályázók munkáját, szakmai fejlődését, ötletük megvalósítását.

A meglévő ötletversenyek mintájára további versenyfelhívás kidolgozása zajlik, amelyben különleges helyszínek turisztikai újrahasznosítási koncepciói mérettetnek meg. Végeredményképpen 2022-től minden évben három CheckINN-verseny került megrendezésre egymás után, négyhavonkénti ütemezésben.

A Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány és a Magyar Turisztikai Ügynökség együttműködésében létrehozott **CheckINN Green** kiírás a társadalmilag felelősen gondolkodó és cselekvő turisztikai vállalkozások számára meghirdetett, a vállalkozások fenntarthatóságát és a felelős turizmust célzó pályázat.

A **CheckINN UP** workshopok célja egy-egy aktuális téma részletes körbejárásával az, hogy bemutassák és ismertessék a turizmusban fellelhető innovatív fejlesztéseket, gyakorlatokat, amelyek előremutató gondolkodásukkal jó példaként szolgálhatnak egyéb turisztikai vállalkozások számára is. A 2021-ben első alkalommal megrendezett CheckINN UP workshop középpontjában a digitális turizmus állt.

A májusban indult turisztikai **állásportál** gyors, kényelmes és felhasználóbarát szolgáltatást nyújt a turisztikai szektor munkaadói és álláskeresői számára. Az állásportál kifejezetten a turisztikai szakma számára kínál díjmentes szolgáltatásokat, ezáltal segítve a szektor újjáéledését.

Az online **Piactér** egy fejlesztés alatt lévő alkalmazás, amely szakmai, üzleti terveik megvalósításához együttműködő partnert kereső vállalkozások egymásra találását segíti. A szolgáltatás nagy szerepet játszhat a piac újraindulásában.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 és az NTS 2.0 szemléletén alapuló, gyakorlati tudást adó, 14 modulból álló **CheckINN Mesterkurzus** kiegészítő, gyakorlati tudásanyagot biztosít az egyetemeken számára, amelyek segítenek eligazodni a hallgatóknak az innovációs térben és az üzleti életben. A kurrens témákat feldolgozó tananyag akár egyben, féléves kurzusként, akár modulonként külön-külön beilleszthető az egyetemeken képzési programjába.

A **CheckINN Turisztikai Karrier Expo** egy értékes szakmai programmal kombinált állásbörze, turisztikai szolgáltatók és elhelyezkedés előtt álló egyetemisták találkozóhelye.



TOVÁBBI INFORMÁCIÓ:
www.check-inn.hu

 **CheckINN**
UP



CheckINN

Turisztikai
Innovációs
Verseny



CheckINN
Turisztikai állásportál

 **CheckINN**
feszt



Turisztikai
Karrier Expo



CheckINN
Online Szolgáltatói
Piactér

 **CheckINN**
Mesterkurzus

