

2024 | Podľa: Travellyze



Ideálna cestovateľská osobnosť

Top 5 najsilnejších ekonomík v Európe

Francúzsko

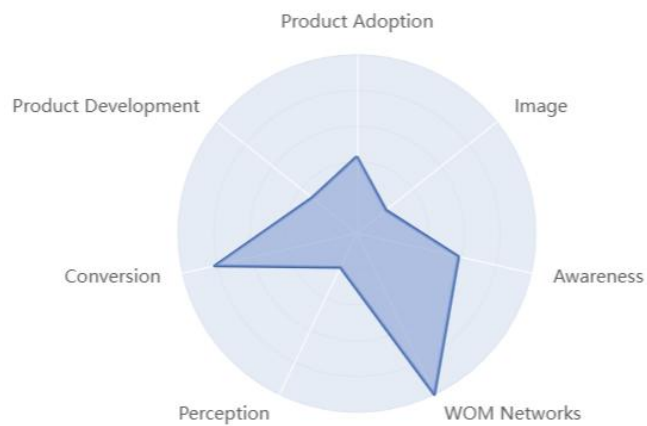
Kto je ideálny turista z Francúzska?

Profil:

- Pre francúzskeho turistu je Slovensko ako tajomná krajina, ktorá sa nachádza na 111. mieste zo 154 destinácií z hľadiska imidžu a na 92. mieste z hľadiska povedomia.
- Je to mladý muž vo veku 18 - 24 rokov, ktorý má bakalársky titul alebo podobné vzdelanie. Je v partnerskom vzťahu alebo ženatý a má jedno dieťa.
- Sníva o tom, že na voľnočasové cestovanie v nasledujúcich 12 mesiacoch minie do 1,000 EUR. Keď sa ho spýtali na rozpočet na cestovanie na budúci rok, očakáva, že bude rovnaký ako minulý rok.
- Tento rok sa teší na krátke výlety po Európe v septembri a dlhé výlety (5 dní alebo viac) v júni. Čo sa týka výletov mimo Európy, plánuje krátke výlety v septembri a júni a dlhé výlety v septembri a apríli. Na domáce výlety preferuje krátke aj dlhé výlety v septembri.
- Pri výbere dovolenkovej destinácie alebo cestovného produktu hľadá inšpiráciu v online vyhľadávačoch (Google, Bing...), na stránkach s online recenziami (Tripadvisor a pod.) a na oficiálnych webových stránkach turistických úradov.
- Jeho srdce túži po kultúrnych a historických zážitkoch, ako sú múzeá a historické pamiatky. Nasledujú gurmánske zážitky a zážitky z veľkých miest.
- Aj keď destinácie stelesňujú tieto cestovateľské motívy, musia tiež zabezpečiť vysokú úroveň čistoty (štandardy správy odpadu), bezpečnosť (nízku kriminalitu) a cenovú dostupnosť. Tieto faktory sú pre neho pri cestovaní nevyhnutné.
- Francúzskeho turistu určite odradí pri výbere destinácie, ak v nej hrozí teroristický útok, miestna nestabilita, medzinárodný konflikt alebo globálny zdravotný problém (napr. covid, opičie kiahne).

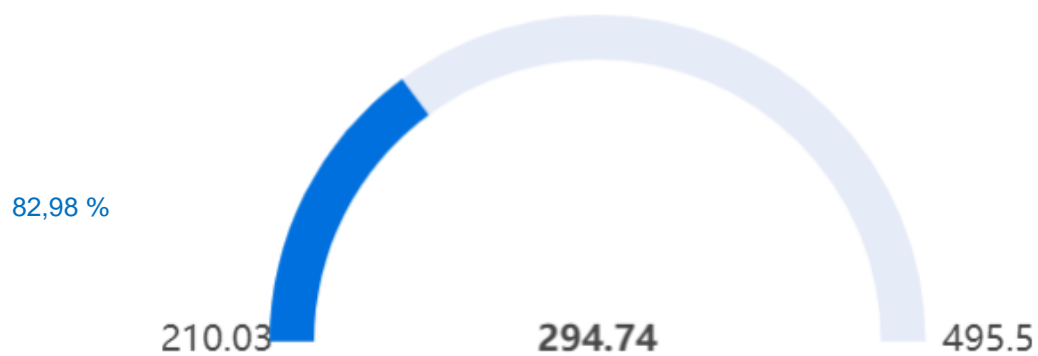
STRATÉGIA a BRAND PERFORMANCE

Strategická dôležitosť a na čo sa zamerať



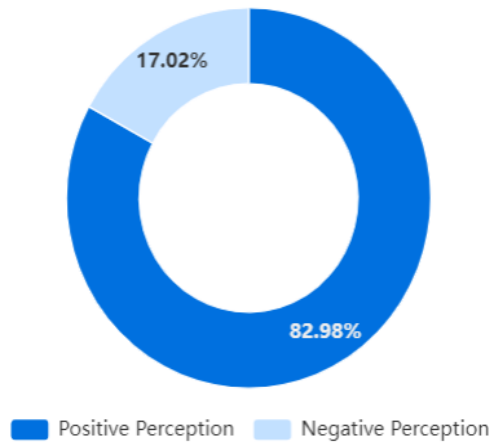
Medzi Francúzmi, BRAND IMAGE INDEX Slovenska tvorí 294,74 bodov. Najnižšie skóre je 210,03 zodpovedajúci Rusku, a najvyšší 495,5 Francúzsku.

Brand Image Index

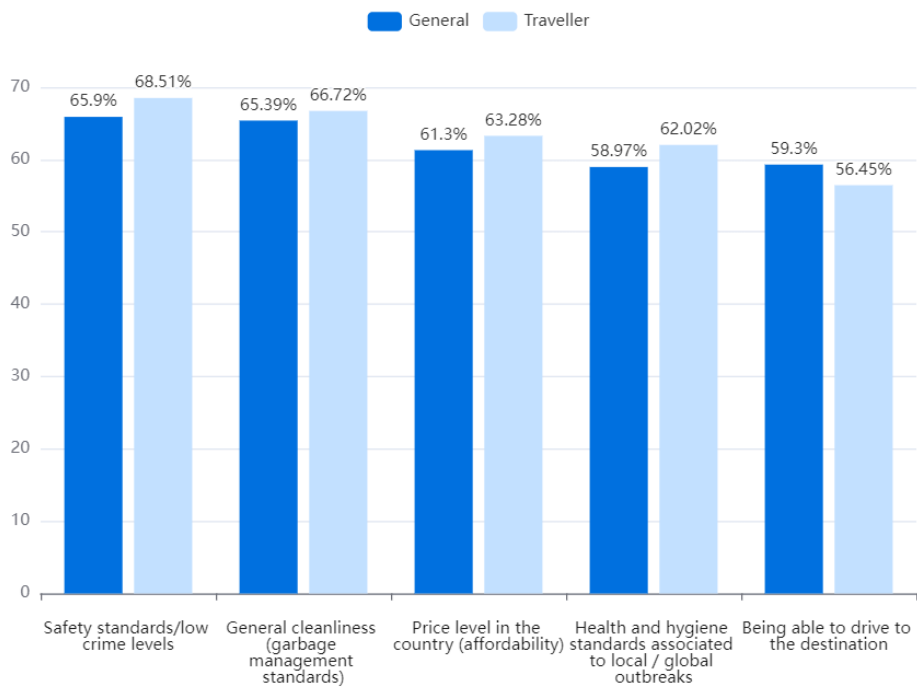


82,98 % Francúzov majú pozitívne vnímanie Slovenska aj keď Slovensko ešte nenavštívili.

Positive Perception Distribution



Top 5 Travel Essentials



Drivers ranking

Traveller

#1 Cultural & Historical Experiences (Museums, cultural & historical sites)

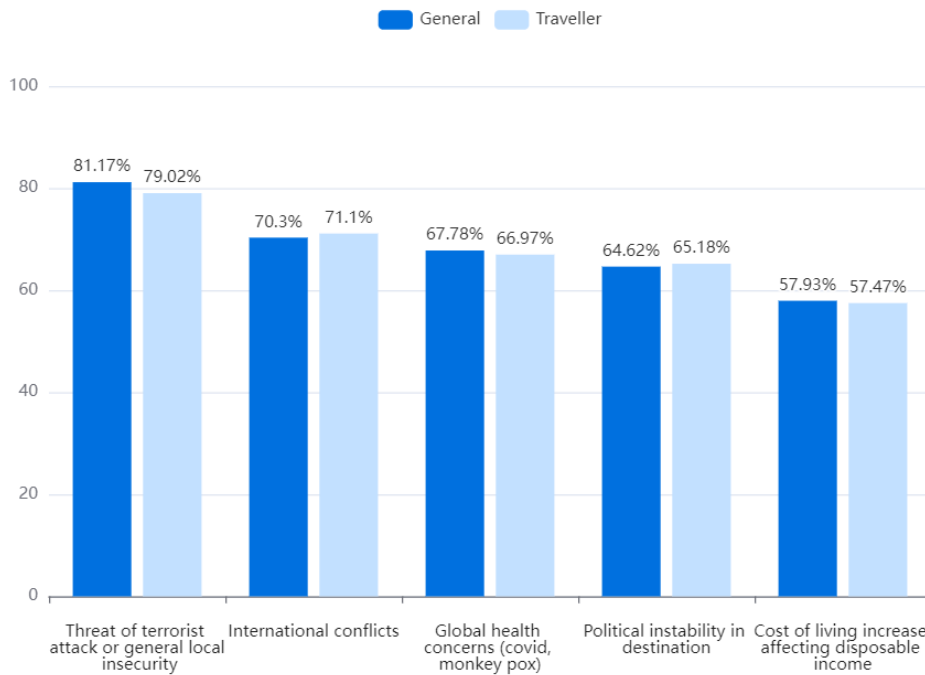
#2 Fine dining

#3 Big city experiences

#4 Going to the beach

#5 Food experiences

Top 5 Travel Barriers



Anglicko

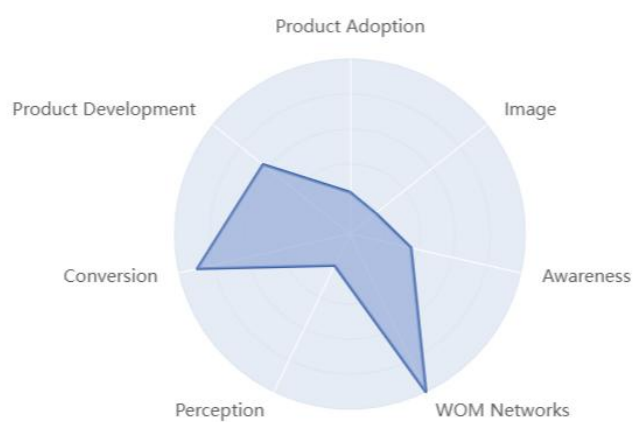
Kto je ideálny turista z Anglicka?

Profil:

- Slovensko je na 105. mieste zo 154 destinácií z hľadiska imidžu. Z hľadiska povedomia je na 71. mieste.
- Tento mladý muž-turista, vo veku 18 - 24 rokov, s magisterským titulom alebo vyšším, je v partnerskom vzťahu alebo ženatý a má jedno dieťa.
- Predpokladá, že na voľnočasové cestovanie v nasledujúcom roku minie do 1,000 EUR. Keď sa ho spýtali na rozpočet na cestovanie na budúci rok, očakáva, že zostane rovnaký ako minulý rok.
- Tento rok sa teší na krátke výlety po Európe v septembri a dlhé výlety (5 dní alebo viac) v tom istom mesiaci. Čo sa týka výletov mimo Európy, plánuje krátke výlety v septembri a októbri a dlhé výlety tiež v septembri a októbri. Na domáce výlety preferuje krátke aj dlhé výlety v septembri.
- Pri výbere dovolenkovej destinácie alebo cestovného produktu čerpá inšpiráciu najmä zo stránok s online recenziami (ako je Tripadvisor), vyhľadávačov (Google, Bing...) a webových stránok cestovných spoločností (letecké spoločnosti, hotely a pod.).
- Pri skúmaní faktorov, ktoré podnecujú túžbu cestovať, sú na prvom mieste gastronomické zážitky. Nasledujú prírodné a vonkajšie aktivity, a na treťom mieste sú kultúrne a historické zážitky, ako sú návštevy múzeí a historických pamiatok.
- Hoci destinácie dokonale zachytávajú tieto cestovateľské motívy, musia tiež zabezpečiť vysokú úroveň čistoty (štandardy správy odpadu), bezpečnosť (nízku kriminalitu) a cenovú dostupnosť. Tieto faktory sú pre neho pri cestovaní nevyhnutné.
- Ak destinácia čelí hrozbe terorizmu, miestnej nestability, globálnym zdravotným problémom alebo medzinárodným konfliktom, tieto faktory by ho odradili od cestovania.

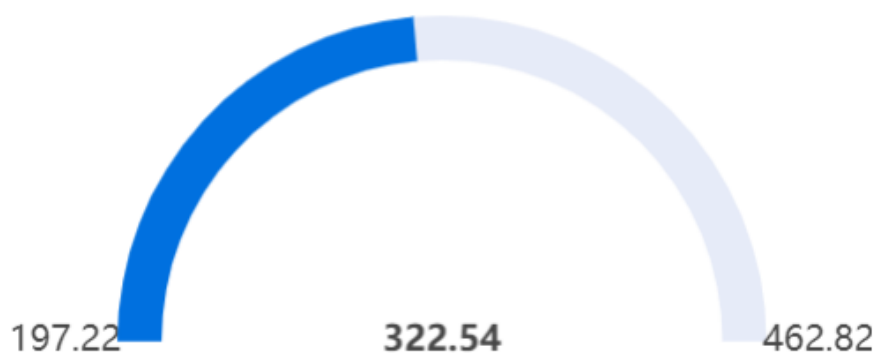
STRATÉGIA a BRAND PERFORMANCE

Strategická dôležitosť a na čo sa zamerať



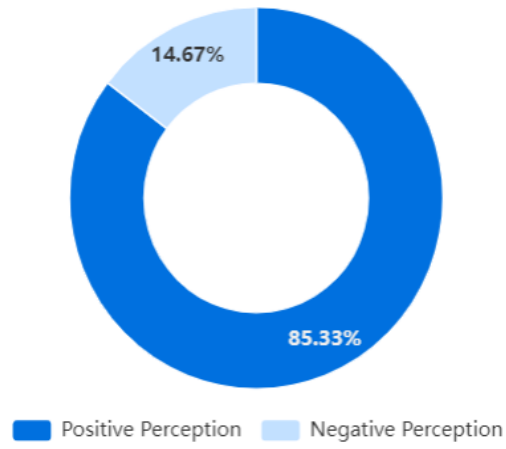
Medzi Angličanmi, BRAND IMAGE INDEX Slovenska tvorí 322,54 bodov. Najnižšie skóre je 197,22 zodpovedajúci Rusku, a najvyšší 462,82 Anglicko.

Brand Image Index

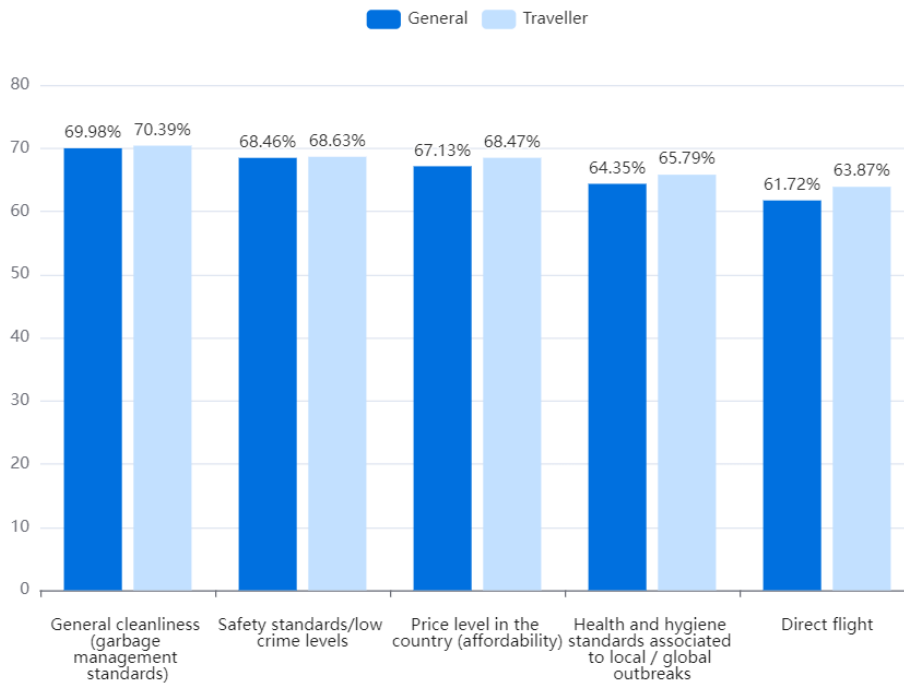


85,33 % Angličanov majú pozitívne vnímanie Slovenska aj keď Slovensko ešte nenavštívili.

Positive Perception Distribution



Top 5 Travel Essentials

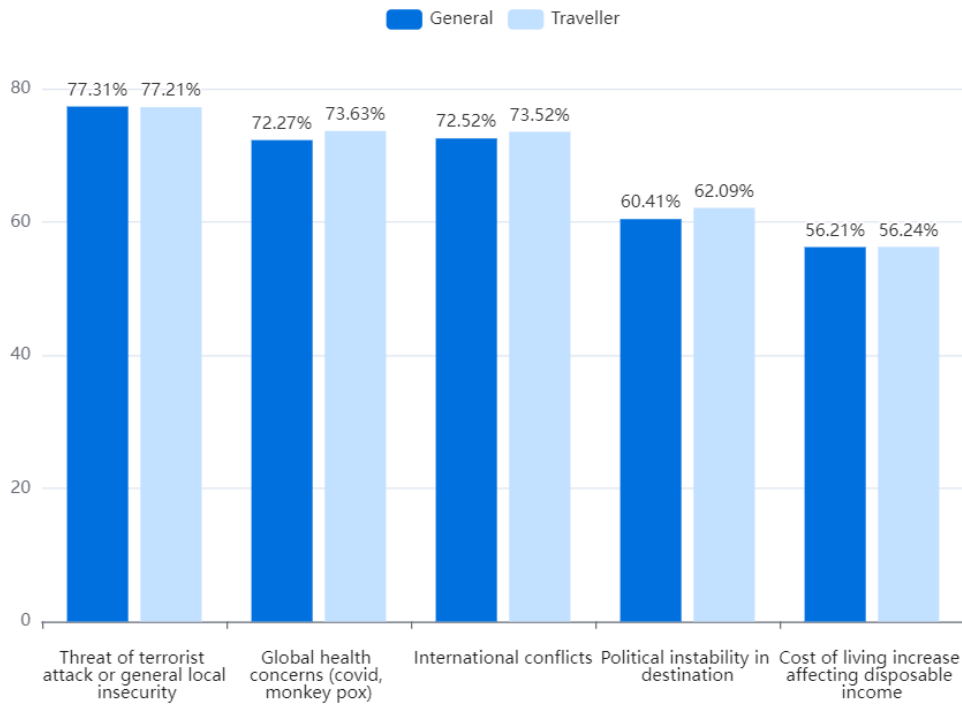


Drivers ranking

Traveller

- #1 Food experiences
- #2 Nature/outdoor experiences
- #3 Cultural & Historical Experiences (Museums, cultural & historical sites)
- #4 Going to the beach
- #5 Big city experiences

Top 5 Travel Barriers



Nemecko

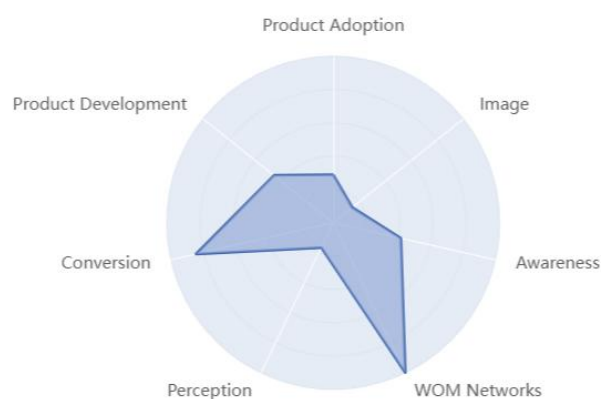
Kto je ideálny turista z Nemecka?

Profil:

- Pre nemeckého turistu je Slovensko na 105. mieste zo 154 destinácií z hľadiska imidžu a na 54. mieste z hľadiska povedomia.
- Nemec, muž-turista, 18 - 24 rokov, odborné vzdelanie, v partnerskom vzťahu alebo ženatý, bez detí.
- Jeho očakávané výdavky na voľnočasové cestovanie: do 1,000 EUR. Rozpočet na budúci rok: rovnaký ako minulý rok.
- Plány Nemca na tento rok:
 1. Krátke výlety po Európe: september
 2. Dlhé výlety po Európe: september
 3. Krátke výlety mimo Európy: september, august
 4. Dlhé výlety mimo Európy: september, október
 5. Domáce výlety: krátke aj dlhé v septembri
- Hlavné zdroje inšpirácie: vyhľadávače, YouTube, stránky s online recenziami.
- Hlavné cestovateľské motívy: návšteva pláže, gastronomické zážitky, prírodné/vonkajšie zážitky.
- Nevyhnutné faktory: čistota, zdravotné a hygienické normy, bezpečnosť.
- Bariéry cestovania: hrozba terorizmu, miestna nestabilita, globálne zdravotné problémy, politická nestabilita.

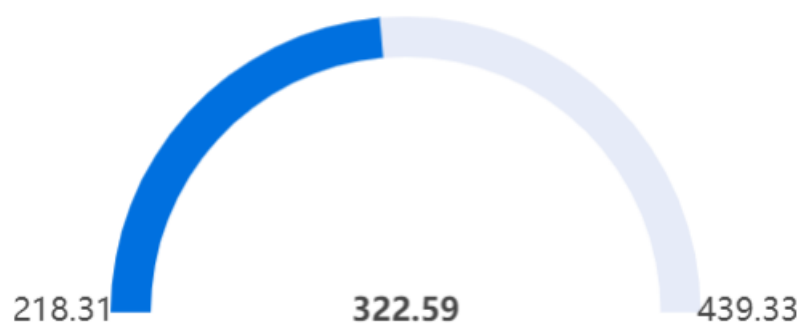
STRATÉGIA a BRAND PERFORMANCE

Strategická dôležitosť a na čo sa zamerať



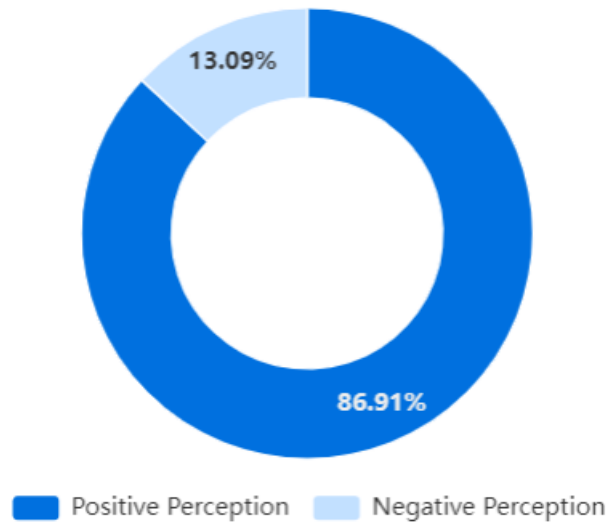
Medzi Nemcami, BRAND IMAGE INDEX Slovenska tvorí 322,59 bodov. Najnižšie skóre je 218,31 zodpovedajúci Rusku, a najvyšší 439,33 zodpovedajúce Španielsku.

Brand Image Index

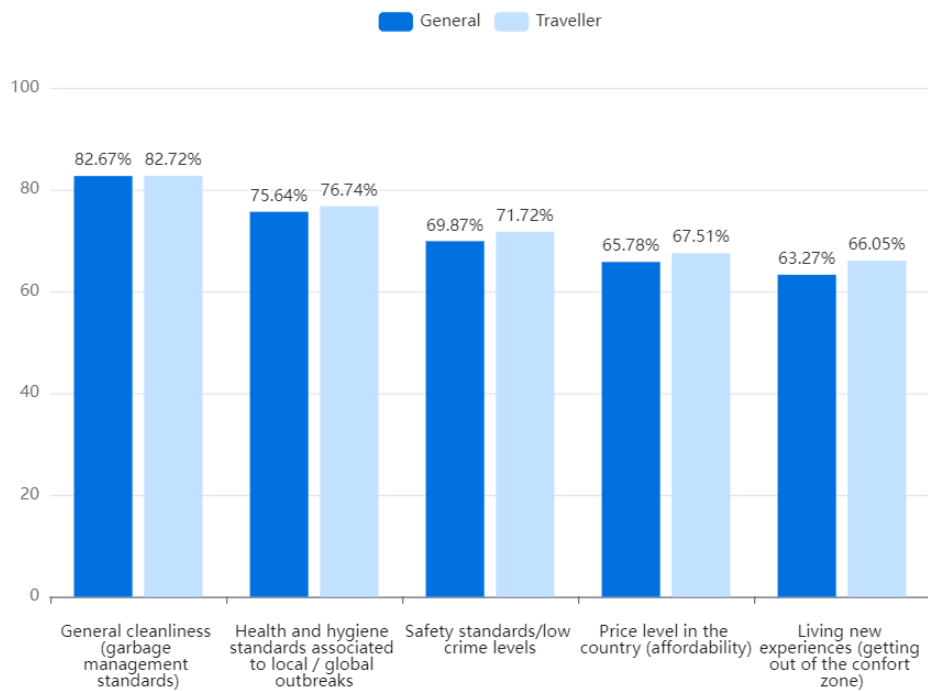


86,91 % Nemcov majú pozitívne vnímanie Slovenska aj keď Slovensko ešte nenavštívili.

Positive Perception Distribution



Top 5 Travel Essentials

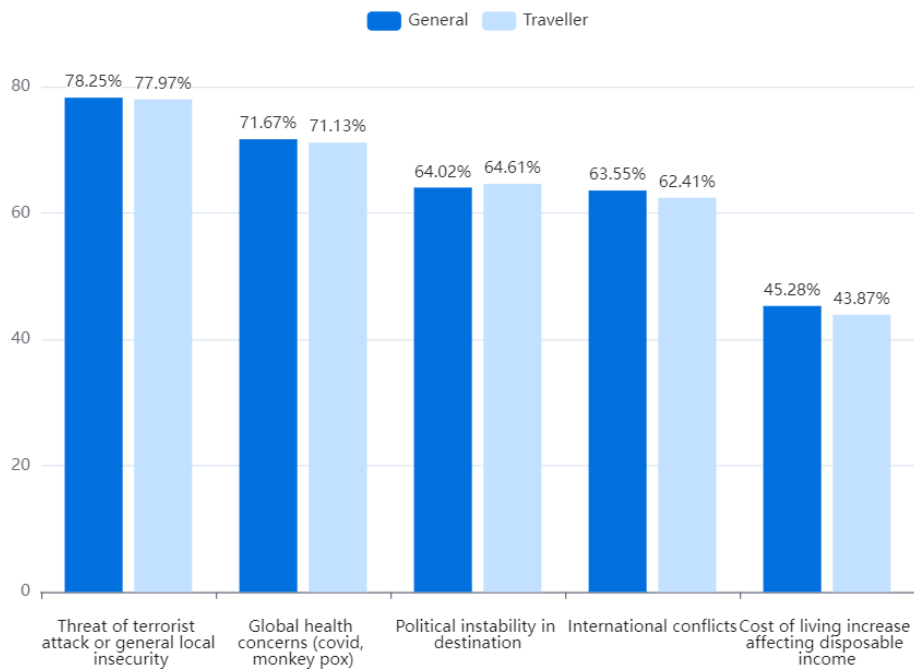


Drivers ranking

Traveller

- #1** Going to the beach
- #2** Food experiences
- #3** Nature/outdoor experiences
- #4** Cultural & Historical Experiences (Museums, cultural & historical sites)
- #5** Opportunity to pursue travel / artistic photography

Top 5 Travel Barriers



Taliansko

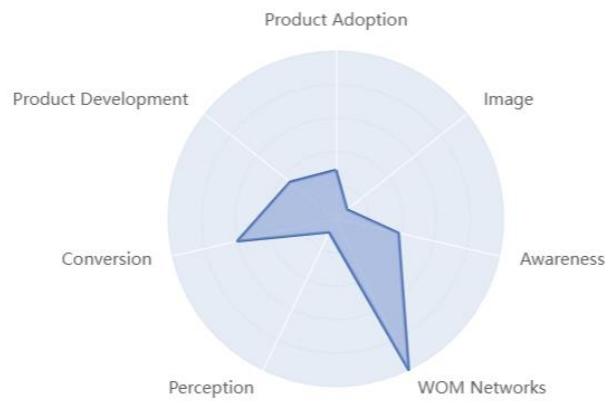
Kto je ideálny turista z Talianska?

Profil:

- V Taliansku je Slovensko na 97. mieste zo 154 destinácií z hľadiska imidžu. Z hľadiska povedomia je Slovensko na 72. mieste.
- Turistka Talianka je žena vo veku 18 - 24 rokov s bakalárskym titulom alebo podobným. Je v partnerskom vzťahu alebo vydatá a nemá deti.
- Predpokladá, že na voľnočasové cestovanie v nasledujúcich 12 mesiacoch minie do 1,000 EUR. Keď sa jej spýtali na rozpočet na cestovanie na budúci rok, očakáva, že zostane rovnaký ako minulý rok.
- Tento rok sa teší na krátke výlety po Európe v septembri a dlhšie pobyty (5 dní alebo viac) tiež v septembri. Čo sa týka ciest mimo Európy, plánuje krátke výlety v máji a apríli a dlhšie pobyty v septembri a decembri. Na domáce výlety preferuje krátke aj dlhé pobyty v septembri.
- Pri výbere dovolenkovej destinácie alebo cestovného produktu sú jej hlavnými zdrojmi inšpirácie online vyhľadávače (Google, Bing...), stránky s online recenziami (Tripadvisor a pod.) a Instagram.
- Pri skúmaní faktorov, ktoré podnecujú túžbu cestovať, sú na prvom mieste prírodné/vonkajšie zážitky. Nasledujú kultúrne a historické zážitky (múzeá, kultúrne a historické pamiatky) a návšteva pláže na druhom a treťom mieste.
- Nevyhnutné faktory pre turistku z talianska pri cestovaní sú najmä čistota a bezpečnosť.
- Ak destinácia čelí hrozbe teroristického útoku alebo všeobecnej miestnej neistoty, medzinárodným konfliktom a globálnym zdravotným problémom. Tieto faktory by pôsobili ako bariéry cestovania a odradili by ju od výberu tejto destinácie.

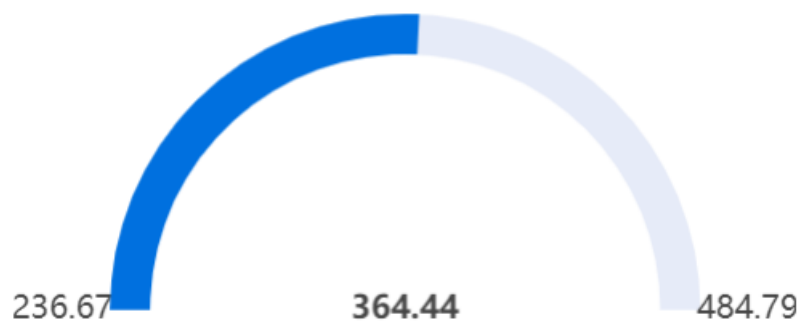
STRATÉGIA a BRAND PERFORMANCE

Strategická dôležitosť a na čo sa zamerať



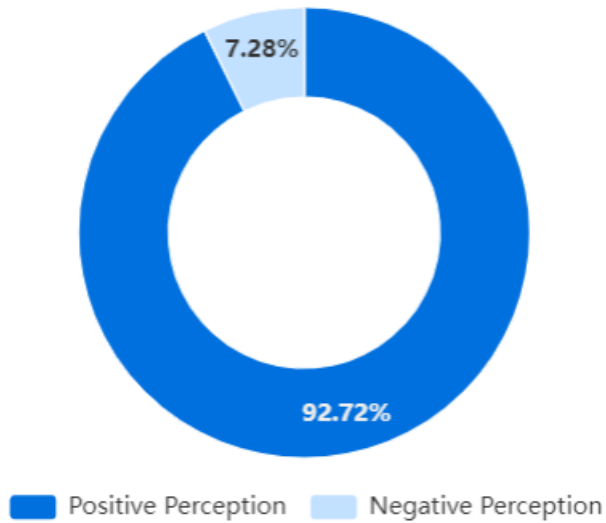
Medzi Talianmi, BRAND IMAGE INDEX Slovenska tvorí 364,44 bodov. Najnižšie skóre je 236,67 zodpovedajúci Rusku, a najvyšší 484,79 zodpovedajúce Španielsku.

Brand Image Index

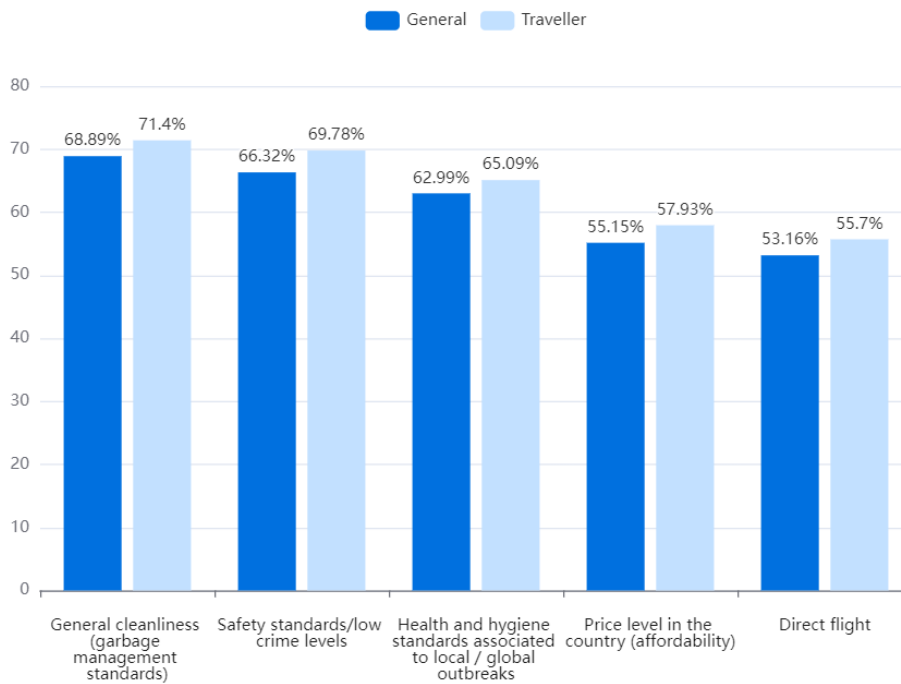


92,72 % Talianov majú pozitívne vnímanie Slovenska aj keď Slovensko ešte nenavštívili.

Positive Perception Distribution



Top 5 Travel Essentials

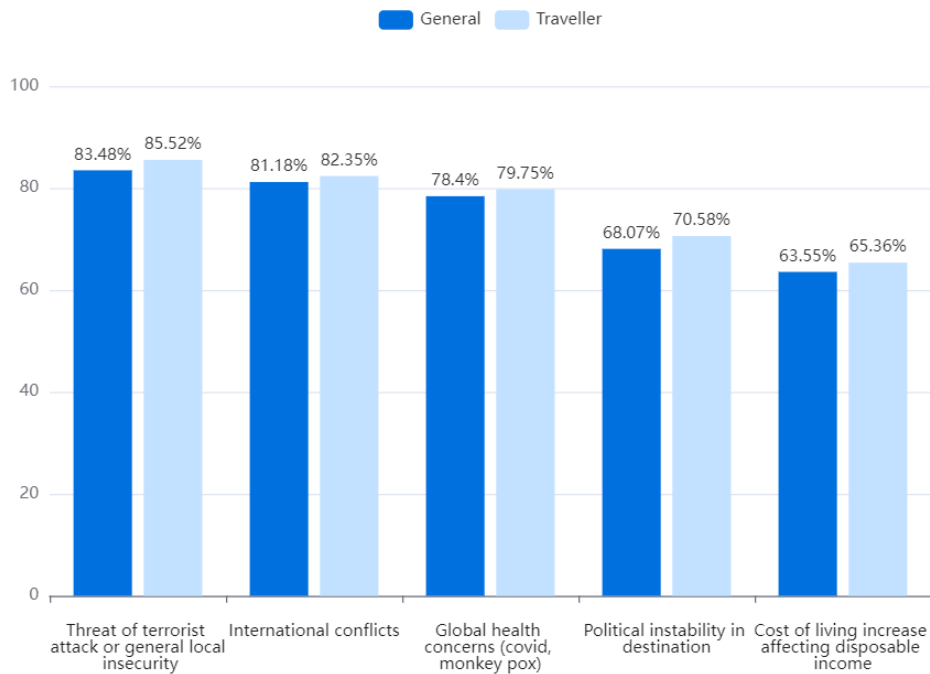


Drivers ranking

Traveller

- #1** Nature/outdoor experiences
- #2** Cultural & Historical Experiences (Museums, cultural & historical sites)
- #3** Going to the beach
- #4** Food experiences
- #5** Big city experiences

Top 5 Travel Barriers



Španielsko

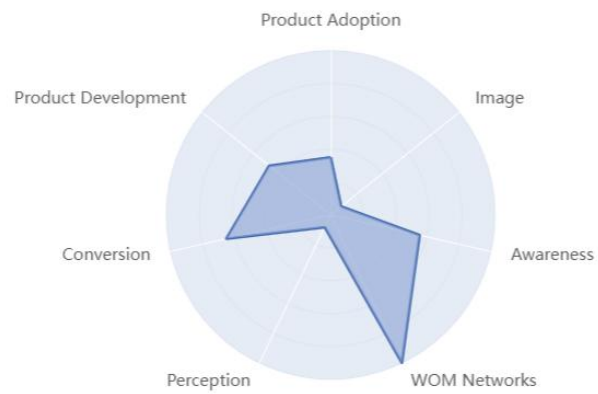
Kto je ideálny turista zo Španielska?

Profil:

- V Španielsku je Slovensko na 103. mieste zo 154 destinácií z hľadiska imidžu. Z hľadiska povedomia je Slovensko na 97. mieste.
- Je to žena-turistka vo veku 18 - 24 rokov s magisterským titulom alebo vyšším. Je v partnerskom vzťahu alebo vydatá a má 2 deti.
- Očakáva, že na voľnočasové cestovanie v nasledujúcich 12 mesiacoch minie do 1,000 EUR. Keď sa jej spýtali na rozpočet na cestovanie na budúci rok, očakáva, že bude rovnaký ako minulý rok.
- Tento rok sa teší na krátke výlety po Európe v septembri a dlhé výlety (5 dní alebo viac) v septembri. Čo sa týka výletov mimo Európy, plánuje krátke výlety v septembri a októbri a dlhé výlety v septembri a októbri. Na domáce výlety preferuje krátke výlety v septembri a dlhé výlety v auguste.
- Pri výbere dovolenkovej destinácie alebo cestovného produktu sú jej hlavnými zdrojmi inšpirácie online vyhľadávače (Google, Bing...), Instagram a stránky s online recenziami (Tripadvisor a pod.).
- Pri skúmaní faktorov, ktoré podnecujú túžbu cestovať, sú na prvom mieste kultúrne a historické zážitky (múzeá, kultúrne a historické pamiatky). Nasledujú gastronomické zážitky a prírodné/vonkajšie zážitky na druhom a treťom mieste.
- Avšak aj keď destinácie stelesňujú tieto cestovateľské motívy, musia tiež spĺňať bezpečnostné normy/nízku kriminalitu, všeobecnú čistotu (štandardy správy odpadu) a cenovú úroveň v krajine (dostupnosť). Tieto faktory sú pre ňu pri cestovaní nevyhnutné.
- Ak destinácia čelí hrozbe teroristického útoku alebo všeobecnej miestnej neistoty, medzinárodným konfliktom a globálnym zdravotným problémom. Tieto faktory by pôsobili ako bariéry cestovania a odradili by ju od výberu tejto destinácie.

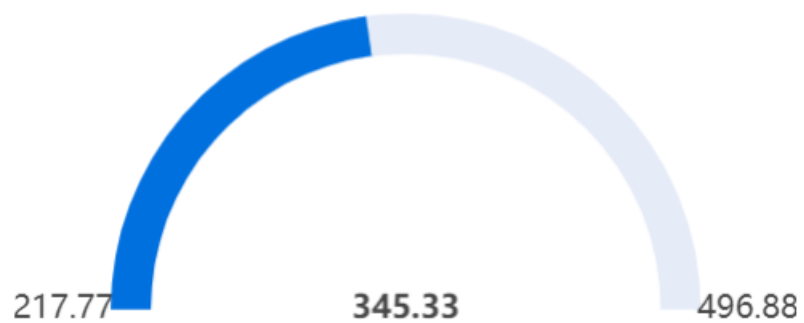
STRATÉGIA a BRAND PERFORMANCE

Strategická dôležitosť a na čo sa zamerať



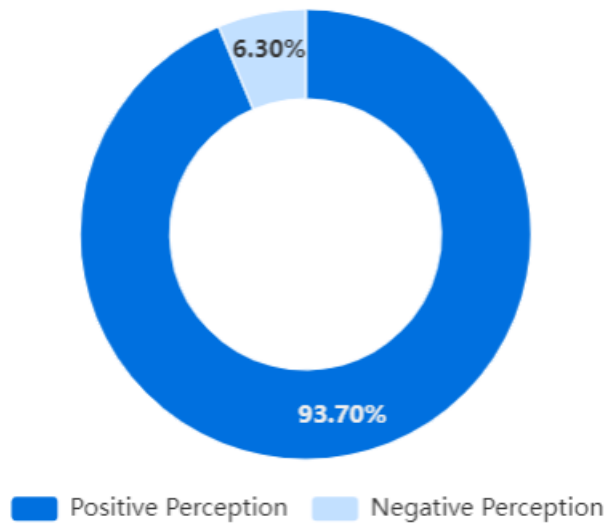
Medzi Španielmi, BRAND IMAGE INDEX Slovenska tvorí 345,33 bodov. Najnižšie skóre je 217,77 zodpovedajúci Ras Al Khimahl , a najvyšší 496,88 zodpovedajúce Španielsku.

Brand Image Index

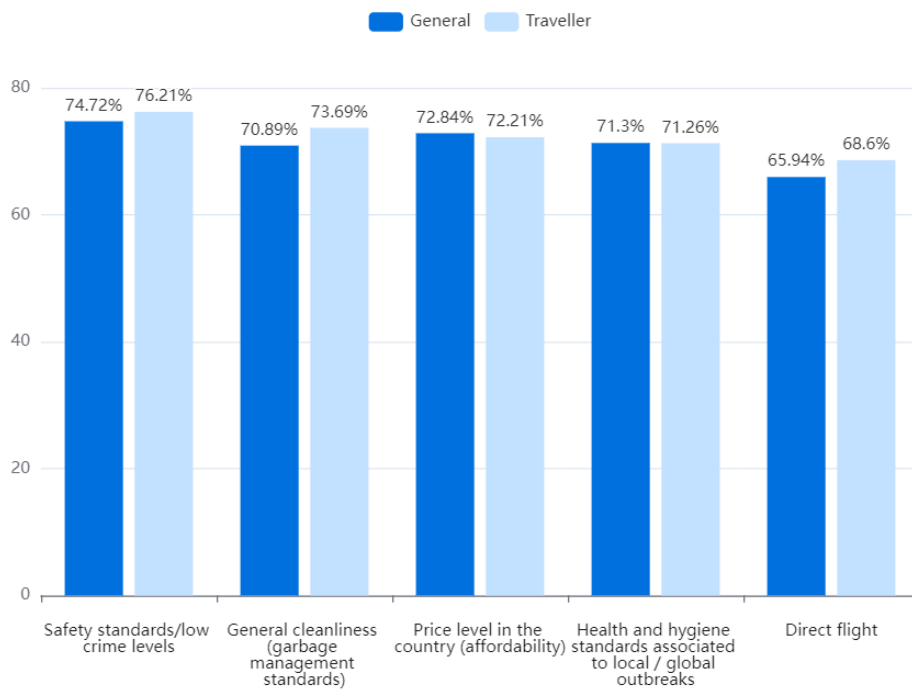


93,7 % Španielov majú pozitívne vnímanie Slovenska aj keď Slovensko ešte nenavštívili.

Positive Perception Distribution



Top 5 Travel Essentials



Drivers ranking

Traveller

- #1 Cultural & Historical Experiences (Museums, cultural & historical sites)
- #2 Food experiences
- #3 Nature/outdoor experiences
- #4 Big city experiences
- #5 Going to the beach

Top 5 Travel Barriers

