

Případová studie

Aktualizace internetového marketingu malého ubytovacího zařízení

Klatová, E. – Maršálková, M. - Tluchoř, J.

Tato případová studia vznikla v rámci projektu FRVŠ č. 1209/2009/F5/a „*Inovace předmětů zaměřených na využití hotelového informačního systému a případových studií*“ realizovaného na Katedře marketingu, obchodu a služeb Fakulty ekonomické Západočeské univerzity v Plzni.

Cíl

Cílem této případové studie analyzovat současnou situaci v oblasti internetového marketingu malého ubytovacího zařízení (Chata Lesanka) a navrhnout inovaci jeho inovaci, především v oblasti internetové marketingové komunikace.

Popis situace

Internet a marketing

Slovo internet je složeninou ze dvou slov inter (původně z latiny, česky znamená mezi) a net (z anglického slova network, znamená síť). Mezi jeho základní a v současnosti nejvyužívanější služby patří www stránky a elektronická pošta. (Sedláček, 2006)

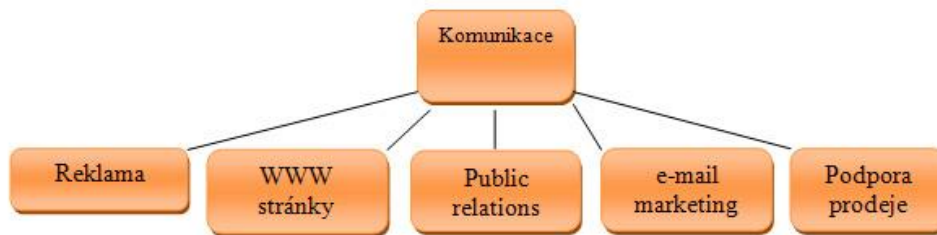
Marketing je “proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojení potřeb a přání zákazníka efektivním a výhodným způsobem, zajišťujícím splnění cílů organizace” (Světlik, 2005, s. 10). Marketing se snaží uvést do souladu zájmy (cíle) firmy, zákazníků i celé společnosti. Důležitá v procesu uspokojování potřeb všech cílových skupin je komunikace, a to nejen komunikace jako jeden z prvků marketingového mixu (“promotion”), ale komunikace všeobecně. Marketing běžně využívá všechny nástroje komunikace od tištěných médií přes mluvené slovo, poštu, masmédiá, telefon. Výhoda internetu spočívá v tom, že zvládá všechno to, co tradiční komunikační prostředky, ale mnohem efektivněji. (Stuchlík, Dvořáček, 2000) Dnešní marketing se již bez internetu neobejde.

Marketingový potenciál služeb internetu

Marketingový potenciál	Služby
Vysoký	WWW, e-mail, push technologie
Nižší	Diskusní skupiny (Newsgroups), konference (mail lists)
Minimální	FTP, TELNET, Gopher

Zdroj: Stuchlík P., Dvořáček M. Marketing na internetu, 2000, s. 46

Schéma komunikačního mixu



Zdroj: Bach, O., Internetový marketingový mix, 2006

Cíle marketingové komunikace na internetu: (Stuchlík, Dvořáček, 2000)

- **Informovat** – o novém výrobku/službě, o nové ceně, budovat image, snížit obavy
- **Přesvědčovat** – budovat preferenci značky, změnit vnímání výrobku/služby, přesvědčit k okamžitému nákupu
- **Připomínat** – možnou potřebu výrobku/služby, výrobek mimo sezonu

Reklama na internetu

- E – mailová reklama (e-mail marketing)
 - Reklamním sdělením je celý e-mail
 - Reklamní sdělením je jen část e-mailu
- Grafická reklama (bannery, tlačíka, ikony, statické, animované atd.)
- Textová reklama
 - Nekontextová (prostá) reklama
 - Kontextová reklama
- Další formy reklamy
- Virální marketing
 - “Sponzorství” – Za dohodnutou částku umístí provozovatel webu někde na stránce logo sponzora (zadavatele reklamy).
 - Nepřímá reklama – Formou nepřímé reklamy může být např. účast v různých diskusích.

Horská chata Lesanka

Horskou chatu Lesanka nalezneme v krásném prostředí Krušných hor, na okraji rekreační osady Mariánská u Jáchymova v nadmořské výšce 890 m.n.m. Svou výhodnou polohou je blízka jak historickému městu Jáchymov, tak i lyžařským areálům Boží Dar a Klínovec a rovněž západočeským lázním Karlovým Varům. Lesanka nabízí ideální prostředí pro rodinnou rekreaci, ale i pro pořádání různých kurzů a školení. Hostům je zde k dispozici veškerá prezentační technika. Dlouholetou zkušenost má Lesanka s ubytováním školních zájezdů a škol a školek v přírodě. Dále je schopna zajistit svatební hostiny a další oslavy.

Ubytování:

- 55 lůžek
- 2 – 3 lůžkové pokoje
- Sociální zařízení na pokojích
- TV/SAT a internetové připojení na pokojích
- TV/SAT/DVD/video ve společenské místnosti
- stolní tenis, šipky, biliár, knihovna, stolní hry
- projektor, flipchart
- tenisový kurt
- venkovní bazén, masáže
- dětské hřiště, zázemí s ohništěm
- parkoviště pro osobní auta a autobusy

Stravování:

- klasická česká kuchyně i speciality formou plné penze, polopenze nebo přímou volbou z jídelního lístku
- příjemná restaurace s odděleným nekuřáckým salonkem
- stravování skupinových zájezdů

Dosavadní marketingové aktivity

V počátcích své činnosti nejprve majitelka objížděla školy a nabízela jim ubytování pro školní zájezdy, ale z takovéto činnosti neměla dobrý pocit, proto od této formy propagace upustila. Chata Lesanka rovněž spolupracovala s cestovní agenturou, která se zabývala školním cestovním ruchem (AmArt, z té se později oddělila CA Babička) a také s Lidovou cestovní kancelář. Tato forma spolupráce rovněž neměla příliš velký úspěch, protože klienti přijeli jednou prostřednictvím agentury a podruhé již Lesanku kontaktovali raději přímo. Nedá se tedy hovořit o vysloveném neúspěchu, protože tímto způsobem získala Lesanka nové zákazníky. Další formou propagace v počátcích činnosti byla tištěná reklama. Protože se majitelka zaměřovala na pražskou klientelu, vycházely inzeráty v MF Dnes a v Blesku. Dále pak v Učitelských novinách, aby se chata dostala do povědomí škol. Tato forma propagace ale byla celkem drahá a nepřinesla kýžený efekt. Po rekonstrukci v roce 2008 vznikla potřeba propagovat se aktuálními informacemi a obrázky, proto vznikl nový leták. Podle majitelky je ale (kromě internetu) nejlepší formou propagace ústní podání, kdy klienti sdělí svou zkušenost svým známým. Co se týče různých forem propagace na internetu, oslovují majitelku denně servery nabízející nějaké služby nebo reklamu. Paní majitelka je prohlíží, rozmýšlí a rozhoduje se dle svého uvážení. Zpočátku využila možnosti být rok zdarma zapsána v internetovém rejstříku firem. Tento zápis po roce zrušila, protože neměl téměř žádný efekt. V současné době se dají odkazy na Lesanku nalézt na těchto serverech:

- www.mapy.cz - zde využívají možnost neplaceného odkazu v mapě
- www.marianska.cz - propagace jim byla nabídnuta přímo autorem těchto stránek
- www.nasehory.cz
- kamsi.cz
- www.hotelypenziony.cz

Ne vždy jsou však informace o zařízení aktuální. Dále majitelka vyzkoušela reklamu na www.etrarget.cz, tedy reklamu kontextovou, fungující na bázi PayPerClick. Tuto ale rovněž zrušila, protože byla drahá a po zadání určitých klíčových slov nabízela většinou stejně jiné ubytovací zařízení než Lesanku.

Původní webové stránky

Asi před šesti lety si majitelka s rozvojem internetu uvědomila, že by bylo dobré se rovněž propagovat tímto způsobem. První webové stránky obsahovaly však pouze jednoduché informace, dlouhou dobu nebyly aktualizovány a s rekonstrukcí objektu již vznikla naléhavá potřeba jejich změny. Obsahovaly nejnutnější údaje o objektu samotném i o turistických zajímavostech v okolí, několik fotek, ceník a kontaktní informace. Tyto stránky byly sice v poslední době (po rekonstrukci) aktualizovány, ovšem od doby před šesti lety vývoj internetu pokročil, a i proto byla nutná jejich změna. Stávající stránky nevyhovovaly z hlediska grafického, absence některých informací a nemožnosti rezervace online.

Na hlavní straně se nachází obecný popis objektu a nabízených služeb, na další informace návštěvníka odkazují tlačítka “Kde nás najdete”, “Foto objektu”, “Tipy na výlety”, “Ceník”. Stránka s ceníkem obsahuje aktualizované informace. Ukázky zpracování původních webových stránek následují.

Ukázka původních webových stránek chaty Lesanka

Horská chata Lesanka

Mariánská 77 Ostrov 363 01 tel/fax: 353/ 811 576

Popis objektu: Přízemní objekt se nachází na samém okraji osady Mariánská. Svým větším oploceným pozemkem se zarezává do zeleného údolí Východní hřbetu. Na trávníku před chatou je rekreačním k dispozici zdarma tenisový kurt, velké ohniště, dřevěná prosláňka, pikniková, v létě umkovaná basna a v zimě vřelkový vítek. Parkovat je možné přímo u chaty. V objektu najdete též restauraci, kde si můžete objednat ze široké nabídky nápojů včetně točeného piva, nebo ochutnat speciality místního šéfkuchaře.

Uživatelské: V patnácti 3-4 lůžkových pokojích se sociálním zařízením. Hostům je k dispozici velká společenská místnost s barevnou televizí, vinárnou s křeslem, stůl na stolní tenis, elektronické šipky a lyžárna a přístrojovna. Celková kapacita je 48 lůžek. **Stravování:** poskytneme formou plné či poloplné i obilňové přímo v objektu. Nabízíme klasická česká jídla. Při celodenních výletech připravujeme balíčky místo oběda, večer. Dětským zájezdům zajistíme nápoje k hlavním jídlům v ceně pobytu a po dohodě též svačiny.

Horská chata Lesanka je vhodná jak pro individuální rodinnou rekreaci, tak pro pořádání sezónních kurzů, školení, škol v přírodě, lyžařských výcviků a rekondačních pobytů pro děti i dospělé, zajišťujeme též systematické hostiny a další oslavy.

V současné době pro Vás připravujeme zcela nové stránky

[Kde nás najdete](#) [Foto objektu](#) [Tipy na výlety](#)

[ceník](#)

Tipy na výlety

Rekreační osada Mariánská se nachází v západní části krušných hor asi 4km od horního města Jáchymov, 20 km od lázeňského centra Karlovy Vary a 9 km od hraničního přechodu s Německem na Božím Daru.

Objekt jsou rozmístěny kolem rybníka a na svahu podél údolí Vlčího hřbetu. V osadě se nachází obchod se smíšeným zbožím, několik restaurací i dětské kolotoče s pískovištěm a prolézačkami. Pro rekreanty jsou k dispozici též tenisové kurty. Osada je obklopena lesy s množstvím hub a borůvek.

Výlety:

-Turistické cesty vhodné též pro cykloturistiku po celém okolí (kolem Vlčího hřbetu, Popovský kříž, díl Adam, ekofarma Oldřis, Habartova skála)

-Jáchymov-památková rezervace, muzeum, Údolí mlýnků, lázeňská část

-Lanovkou na Klimovce, přes Boží Dar zpět (naučná stezka)

-Svědovské doły na Měděnci

-Muzeum porcelánu, zámek a Aquapark v Klašteřci

-Karlovy Vary

-Areál biatlonu Eduard - cvičná střelnice, běžecké tratě, lyžařský vleč

Zima:

-Lyžařský vleč poma v osadě (250 m - polodenní jízdné 40,- Kč)

-2 vleky na Novém Městě (celodenní jízdné 190,- Kč)

-Boží Dar -Novako - areál pro menší děti i se snowtubingem

-Boží Dar -Neklid - lyžařský areál (celodenní jízdné - 210,- Kč)

-Klimovce - nejvyšší položený lyž. areál v Krušných horách

Ceník pro zimu 2008/2009

Zima 2008/2009 - týdenní pobyt	Dospělí	Děti (3-12 let)
Ubytování se snídaní - týdenní pobyt	3220,- Kč/os	2380,- Kč/os
Silvestrovský pobyt* (26.12.-2.1./27.12. - 3.1.)	3990,- Kč/os	2870,- Kč/os
Oběd	75,- Kč	50,- Kč
Večeře	65,- Kč	45,- Kč

Happy days	Dospělí	Děti (3-12 let)
Zimní radovánky od 3.1. - 17.1.2009	420,- Kč/os/den	310,- Kč/os/den
Jarní pohodíčka od 14.3. - 4.4.2009	420,- Kč/os/den	310,- Kč/os/den

Děti do 3 let zdarma

* V ceně Silvestrovského pobytu je slavnostní večere, půlnoční guláš a Silvestrovská diskotéka s programem.

Ceny zahrnují ubytování včetně bufetové snídaně.

Ceny nezahrnují lázeňský poplatek pro obecní úřad ve výši 15,- Kč za dospělou osobu a den.

Zajímavé slevy pro naše věrné klienty

Možnost dárkových poukazů na pobyt

Při jednodenním pobytu příplatek 80,- Kč/os.

Zájezdy, školení - cena dohodou

Školy v přírodě - podle věku dětí - již od **330,- Kč/den**

(cena zahrnuje ubytování, stravu 5x denně, pitný režim po celý den a na každých 10 dětí poskytujeme 1 osobu dospělého doprovodu zdarma)

Zdroj: Horská chata Lesanka [online]. 2002 [cit 2009-03-15]. Stará verze. Dříve dostupné na [www: <www.chatalesanka.cz>](http://www.chatalesanka.cz)

Zadání

Z předchozího textu je patrné, že využívané prostředky internetového marketingu Horské chaty Lesanka jsou v současnosti již zastaralé. Proto je Vaším úkolem:

1. Webové stránky (při návrhu aktivity vycházejte z omezeného rozpočtu zařízení – cca. 15 – 20 tis. Kč)
 - a. definujte cíle webové prezentace tohoto ubytovacího zařízení
 - b. pokuste se stanovit potřeby cílové skupiny uživatelů stránek
 - c. navrhňte vhodný postup pro realizaci nových webových stránek s návrhem časového harmonogramu
 - d. navrhňte vhodnou strukturu webových stránek
 - e. zamyslete se nad propojením online a offline marketingu (možnosti, překážky)

Prosím neinspirujte se současnými webovými stránkami!
 - f. Prohlédněte si současné stránky www.chatalesanka.cz. Porovnejte jejich novou koncepci s Vašimi myšlenkami. Navrhňte vylepšení současných stránek.
2. V současné době se rozvíjí sociální sítě. Mohou být tyto vhodným nástrojem internetového marketingu tohoto zařízení? Pokud ano, navrhňte možnosti a poraďte majitelce, čeho se vyvarovat a naopak co dělat. Pokud ne, svoji odpověď zdůvodněte.
3. Jaké nástroje internetové reklamy či marketingové komunikace budou pro toto ubytovací zařízení s omezeným marketingovým rozpočtem (tisícovky Kč ročně) vhodné?

Řešení

Použitá literatura

BACH, O., *Internetový marketingový mix*, 2006

MARŠÁLKOVÁ, M. *Využití internetu a informačních systémů pro marketingové aktivity ubytovacího zařízení*. Cheb: ZČU, 2009. Nepublikovaná bakalářská práce.

KOTLER P. *Marketing management*. Praha: Grada publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5

MORRISON M. ALASTAIR *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria publishing, 1995. ISBN 80-85605-90-2

SEDLÁČEK, J. *E – komerce, internetový a mobil marketing*. Praha: BEN – technická literatura, 2006. ISBN 80-7300-195-0

STUHLÍK, P.; DVOŘÁČEK, M. *Marketing na internetu*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-957-8

SVĚTLÍK J. *Marketing – cesta k trhu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk s.r.o., 2005. ISBN 80-86898-48-2