



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA



# EWALUACJA AKCJI

## „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

# Zrealizowane badania

## Badanie osób korzystających z ofert promocyjnych

Wykonawca: Grupa BST

Termin realizacji badania:  
6-8 października 2017

Metoda badawcza:  
wywiady bezpośrednie (CAPI)

Próba:  
ogólnopolska, 1002 wywiady wśród partnerów Akcji, z osobami korzystającymi usług/produktów

## Badanie ogólnopolskie typu Omnibus

Wykonawca: Grupa BST

Termin realizacji badania:  
10 października 2017

Metoda badawcza:  
wywiady telefoniczne (CATI)

Próba:  
1000 wywiadów na reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków

## Badanie usługodawców

Wykonawca: Polska Organizacja Turystyczna

Termin realizacji badania:  
10-17 października 2017

Metoda badawcza:  
ankieta internetowa (CAWI)

Próba:  
326 usługodawców



# GŁÓWNE WNIOSKI



# KLIENCI AKCJI

## „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” c.d.

- O Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” słyszał co czwarty dorosły Polak (22,5%), a połowa mieszkańców naszego kraju deklaruje zainteresowanie uczestnictwem w zorganizowanych akcjach promocyjnych w obszarze turystyki, takich jak Akcja „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”. Szczególne interesujące są dla potencjalnych uczestników oferty promocyjne związane z usługami gastronomicznymi i noclegami.
- W weekend 6-8 października 2017 roku podczas Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” z ofert promocyjnych na terenie całej Polski skorzystało blisko 110 000 klientów (szacunek na podstawie informacji uzyskanych od usługodawców).
- Średnia kwota wydana na jedną osobę w ramach Akcji wyniosła 71,94 zł. Najwyższe średnie wydatki odnotowano w przypadku korzystania z usług noclegowych – 204,27 zł. Na inne usługi wydawano średnio mniej, np. na rekreację i SPA –139,37 zł., na usługi gastronomiczne – 71,25 zł. a na atrakcje z dziedziny kultury i sztuki – 48,76. Ponad połowa respondentów wydała w ramach Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” poniżej 50 złotych na jedną osobę.



# KLIENCI AKCJI

„Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” c.d.

- Główne korzyści z udziału w Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” według korzystających z ofert promocyjnych, to: atrakcyjne ceny usług (72,6%), możliwość spędzenia czasu z bliskimi (47,5%) oraz zachęcenie do aktywności - wyjechania/wyjścia z domu (42,3%).
- Klienci w zdecydowanej większości (93,6%) pozytywnie ocenili jakość usługi głównej, z której skorzystali w ramach Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”. O wysokim poziomie usług oferowanych w ramach Akcji najlepiej świadczy fakt, że aż 3/4 klientów byłoby zainteresowanych ponownym skorzystaniem z usługi również w standardowej cenie, poza promocją.



# USŁUGODAWCY – partnerzy Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”

- Z udziału w Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” zadowoleni są również partnerzy Akcji, czyli usługodawcy (66,8% ocen pozytywnych, negatywnych – 12%).
- Jako największe korzyści z udziału w Akcji, usługodawcy wymieniają: promocję swoich działalności (86,2%), dotarcie do nowych klientów (73,9%) oraz wydłużenie sezonu (34,7%).
- W ocenie  $\frac{3}{4}$  partnerów październikowej Akcji, którzy brali udział również w poprzednich jej edycjach, zainteresowanie Akcją wśród klientów i usługodawców wzrasta.
- Najwyższy odsetek wykorzystania oferty promocyjnej zanotowano w przypadku ofert obiektów sportowo-rekreacyjnych (61,2%) oraz ofert na usługi prozdrowotne i SPA (55,5%). Niewiele niżej uplasowały się oferty z obszaru gastronomii oraz zakwaterowania, najliczniej reprezentowane wśród usługodawców biorących udział w Akcji i w badaniu (poziom wykorzystania ofert odpowiednio 45,5% i 41,5%).



# USŁUGODAWCY – partnerzy Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” c.d.

- Akcja „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” w dniach 6-8 października 2017 roku wpłynęła pozytywnie na liczbę gości w co trzecim obiekcie. Dla aż 1/3 respondentów jednoznaczne określenie zmiany natężenia ruchu w obiekcie w weekend Akcji, w porównaniu do innych okresów było trudne i usługodawcy ci udzielili odpowiedzi wymijających („trudno powiedzieć”).
- Partnerzy Akcji wysoko ocenili współpracę z organizatorem – Polską Organizacją Turystyczną. Łatwość kontaktu potwierdziło 96% usługodawców, a niewielu mniej pochwaliło zasady funkcjonowania systemu zgłoszeń i przejrzystość regulaminu Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” (odpowiednio – 91,2% i 91,8%).
- 2/3 usługodawców o październikowej Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” dowiedziało się bezpośrednio od organizatora - Polskiej Organizacji Turystycznej.



# Podsumowanie

- Zainteresowanie ponownym udziałem w Akcji wyrażają zarówno klienci (86,2%), jak i usługodawcy (87,1%).
- Partnerzy Akcji częściej niż ich klienci są skłonni rekomendować udział w kolejnych edycjach Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” (usługodawcy - 78,6 %, klienci – 57%).
- Obie strony jako słabszą stronę Akcji widzą ciągle jeszcze niewielką liczbę podmiotów oferujących promocyjne ceny na swoje usługi.
- Dla klientów słabe zróżnicowanie oferty stanowi główny mankament Akcji, usługodawcy – życzą sobie również poprawy promocji Akcji oraz ustalenia stałego terminu jej realizacji.





# WYNIKI BADAŃ

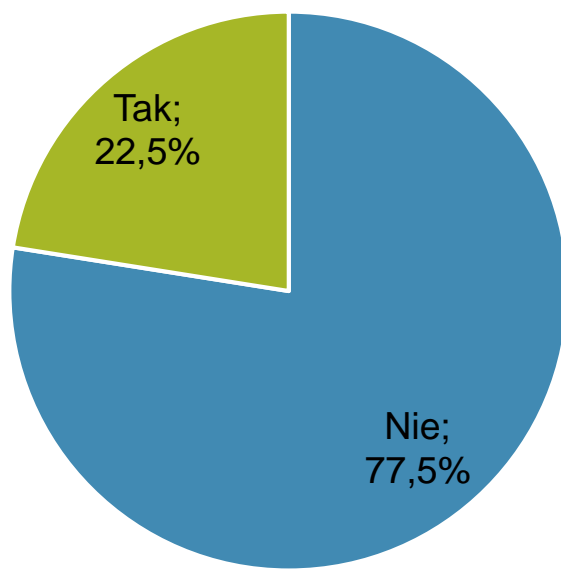


# ZNAJOMOŚĆ AKCJI

## „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”

Co czwarty dorosły Polak słyszał o Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”.

Najczęściej wskazywanym źródłem informacji o Akcji były media elektroniczne.



N=1000

Badanie ogólnopolskie

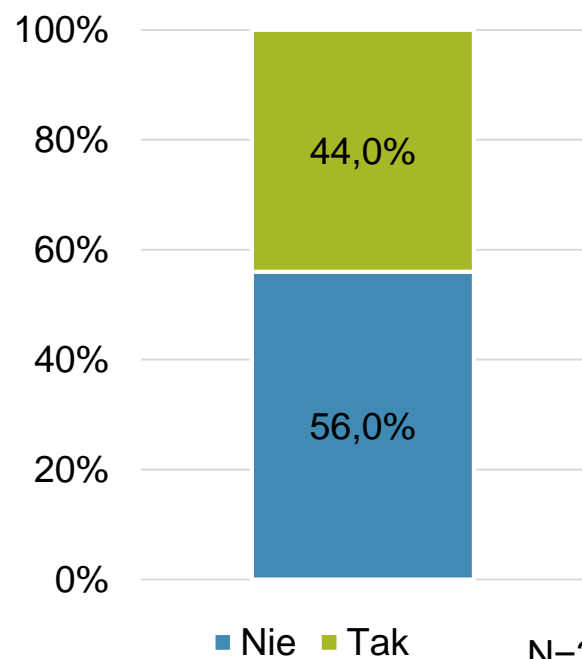
	odsetek
Z mediów tradycyjnych (prasa, telewizja, radio,)	22,7%
Z mediów elektronicznych reklama w Internecie	27,6%
Z mediów elektronicznych portale społecznościowe	20,4%
Z mediów elektronicznych strona PZW	7,6%
Z plakatów, ulotek	19,1%
Reklama w metrze	12,9%
Reklama w pociągu	8,4%
Informacja od rodziny/znajomych	22,2%
W obiekcie, od usługodawcy	3,1%

N=225

# ZNAJOMOŚĆ AKCJI

„Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”

Blisko połowa Polaków, którzy słyszeli o Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”- brała w udział w przynajmniej jednej edycji Akcji. Największym zainteresowaniem cieszyły się oferty promocyjne na usługi noclegowe i gastronomiczne.



Z jakich zakresów usług skorzystał pan/pani podczas udziału w Akcji?

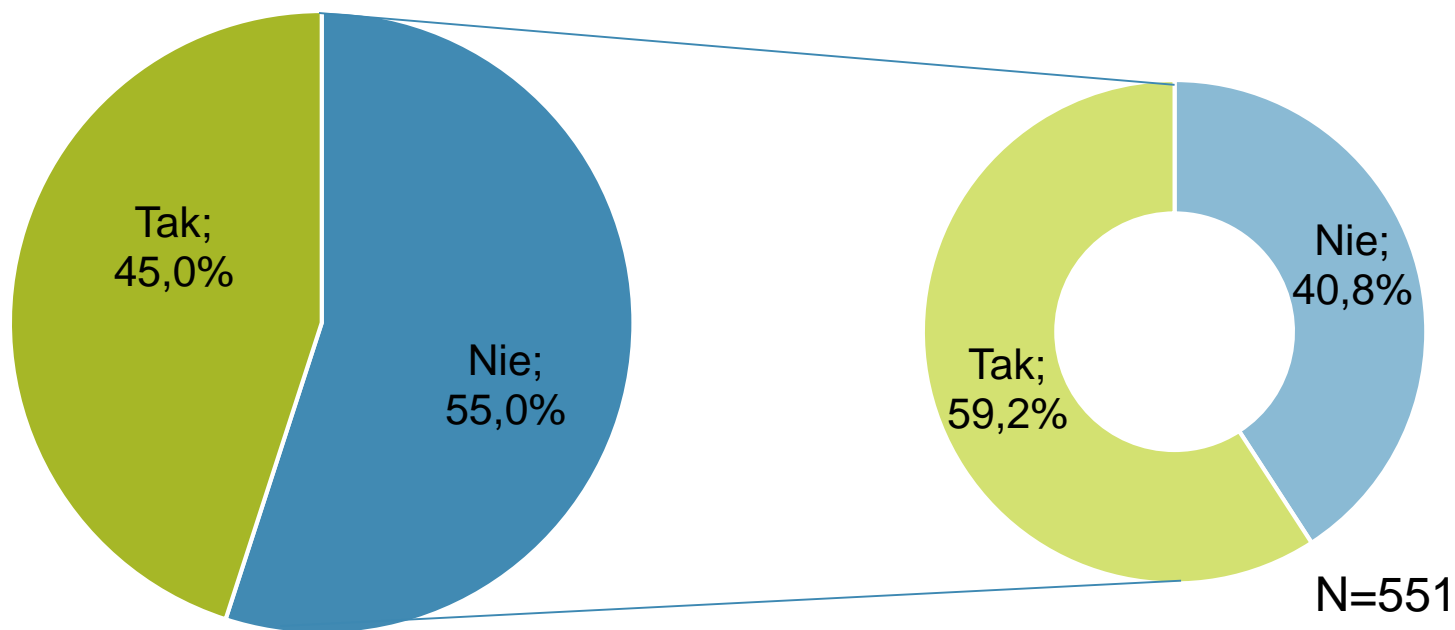
Zakresy	odsetek
Noclegi/zakwaterowanie	59,6%
Gastronomia	47,5%
Muzea/rozrywka	36,4%
Transport	18,2%
Inne	1,0%

N=99

# ZNAJOMOŚĆ AKCJI

## „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”

Blisko połowa klientów Akcji w weekend 6-8 października 2017 roku brała udział również w poprzednich edycjach Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”. Blisko 60% osób, które wcześniej nie brały udziału w poprzednich edycjach Akcji, słyszało o niej wcześniej.



N=1002 Badanie klientów



# OFERTA PROMOCYJNA EDYCJI AKCJI

6-8 października 2017 roku

Usługodawcy biorący udział w Akcji najczęściej oferowali swoim klientom zniżkę na zakwaterowanie (51,2%), bilety wstępu do obiektu muzealnego lub zabytkowego (25,5%) oraz do restauracji (23,3%). Najrzadziej oferowane były zniżki na usługi transportowe.

Wyszczególnienie	odsetek
Zakwaterowanie	51,2%
Bilety wstępu do obiektu muzealnego lub zabytkowego itp.	25,5%
Gastronomia	23,3%
Usługi przewodnickie, informacja turystyczna, sprzedaż pamiątek itp.	8,9%
Usługi prozdrowotne, SPA	6,7%
Bilety wstępu do parku rozrywki, parku tematycznego, zoo itp.	6,4%
Bilety wstępu do galerii, kina, teatru itp.	4,0%
Bilety wstępu na basen, do aquaparku, do obiektów sportowo-rekreacyjnych itp.	4,0%
Transport (usługi przewozu, wypożyczalnie samochodów, itp.)	2,1%
Inne	5,8%

Badanie usługodawców



# SZACUNKOWA LICZBA KLIENTÓW AKCJI „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”



W weekend 6-8 października 2017 roku podczas Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” z ofert promocyjnych na terenie całej Polski skorzystało blisko 110 000 klientów.

Oszacowano na podstawie deklaracji usługodawców, na podstawie odpowiedzi udzielonych na pytanie: „Proszę o podanie (choćby w przybliżeniu) liczby osób, dla których przygotowano ofertę w ramach Akcji i liczby osób, które z oferty skorzystały?”.



# Wykorzystanie ofert promocyjnych wg kategorii usług

Najwyższy odsetek wykorzystania oferty promocyjnej zanotowano w przypadku ofert obiektów sportowo-rekreacyjnych oraz ofert na usługi prozdrowotne i SPA. Niewiele niżej uplasowały się oferty z obszaru gastronomii oraz zakwaterowania, najliczniej reprezentowane wśród usługodawców biorących udział w Akcji i w badaniu.

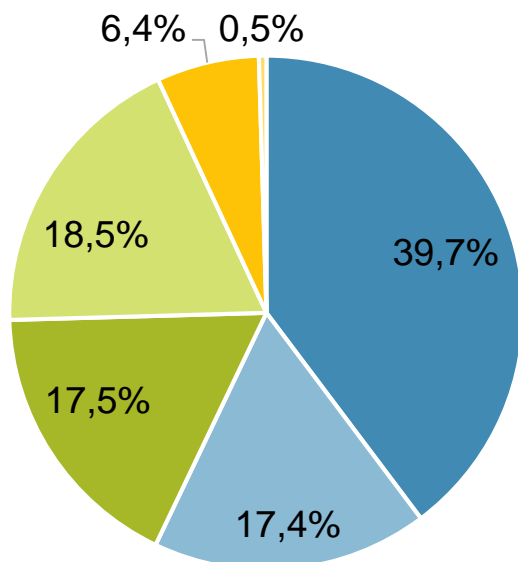
Wyszczególnienie	Wykorzystanie oferty	Liczba usługodawców
Zakwaterowanie	41,3%	145
Gastronomia	45,5%	57
Transport (usługi przewozu, wypożyczalnie samochodów, itp.)	26,7%	4
Usługi prozdrowotne, SPA	55,5%	16
Bilety wstępu do obiektu muzealnego lub zabytkowego itp.	28,1%	50
Bilety wstępu do parku rozrywki, parku tematycznego, zoo itp.	16,3%	15
Bilety wstępu do galerii, kina, teatru itp.	28,5%	9
Bilety wstępu na basen, do aquaparku, do obiektów sportowo-rekreacyjnych itp.	61,2%	7
Usługi przewodnickie, informacja turystyczna, sprzedaż pamiątek itp.	31,4%	20
Inne	32,6%	17



# OSZACOWANIE WYDATKÓW KLIENTÓW

Ponad połowa respondentów wydała do 50 złotych, średnie wydatki na osobę to 71,94 złotych.

- Do 25 zł
- Od 26 do 50 zł
- Od 51 do 100 zł
- Od 101 do 250 zł
- Od 250 do 500 zł
- 500 zł i więcej



N=1002  
Badanie klientów

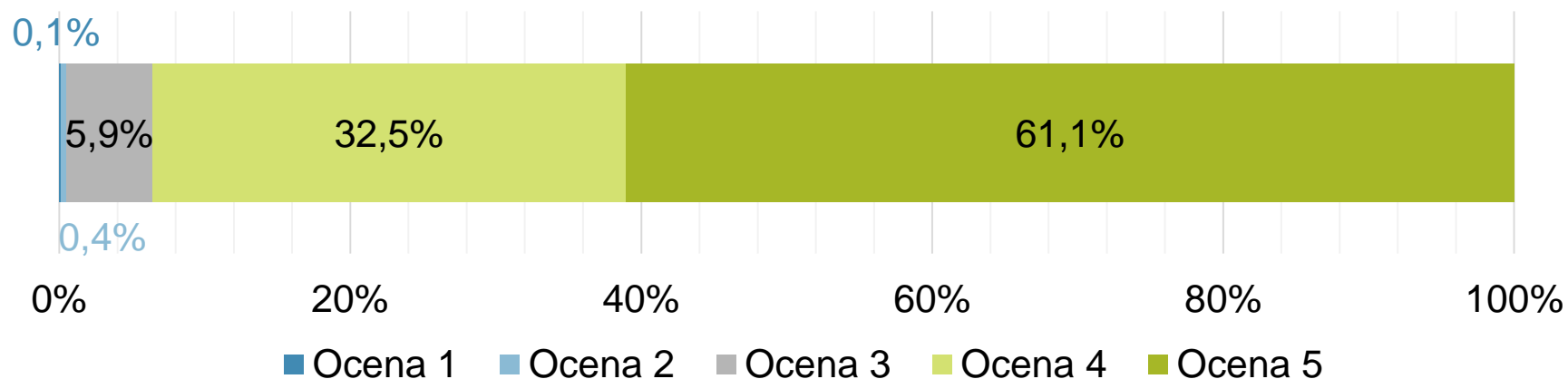
## Wydatki na jedną osobę wg branż

Branże	Do 25 zł	Od 26 do 50 zł	Od 51 do 100 zł	Od 101 do 250 zł	Od 250 do 500 zł	500 zł i więcej
Obiekty zakwaterowania	2,9%	3,4%	14,4%	54,6%	22,4%	2,3%
Obiekty gastronomiczne	17,9%	33,9%	33,9%	14,3%	0,0%	0,0%
Obiekty muzealne i/lub zabytkowe	61,4%	15,3%	15,3%	6,2%	1,8%	0,0%
Parki tematyczne	55,9%	17,1%	20,7%	6,3%	0,0%	0,0%
Kultura i sztuka	23,5%	47,1%	21,6%	7,8%	0,0%	0,0%
Usługi transportowe	11,4%	37,1%	11,4%	40,0%	0,0%	0,0%
Sport/rekreacja/spa	34,8%	17,4%	13,0%	0,0%	34,8%	0,0%
Usługi przewodnickie	5,9%	23,5%	29,4%	35,3%	5,9%	0,0%



# Ocena jakości usług oferowanych w ramach Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”

Respondenci bardzo wysoko ocenili jakość usługi głównej, z której skorzystali w ramach Akcji (suma oceny 4 i 5 wyniosła 93,6% wszystkich odpowiedzi).



Oceny w skali od 1 do 5, gdzie 1 to niska jakość a 5 wysoka jakość.

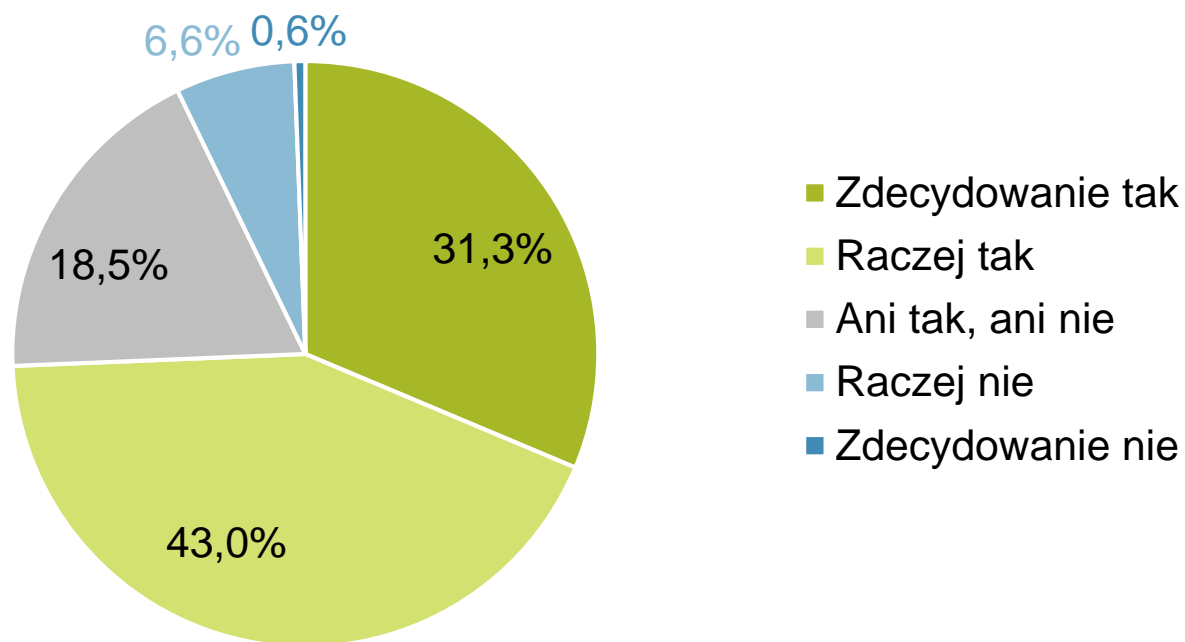


N=1002

Badanie klientów

## Ocena usług przez klientów Akcji c.d

Aż 3/4 ankietowanych byłoby zainteresowanych ponownym skorzystaniem z usługi głównej poza Akcją (suma odpowiedzi zdecydowanie tak i raczej tak - 74,3%).



N=1002

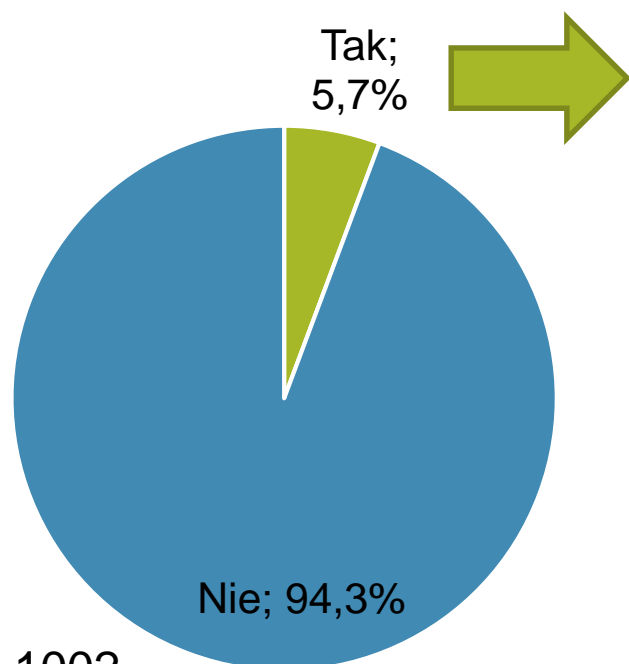
Badanie klientów



# TRUDNOŚCI/PROBLEMY ZWIĄZANE ZE SKORZYSTANIEM Z OFERTY

w ramach Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”?

Jedynie 5,7% osób biorących w Akcji napotkało trudności związane ze skorzystaniem z oferty. Najczęściej wskazywanym problemem była niewielka liczba usług/obiektów spełniająca oczekiwania klientów.



N=1002

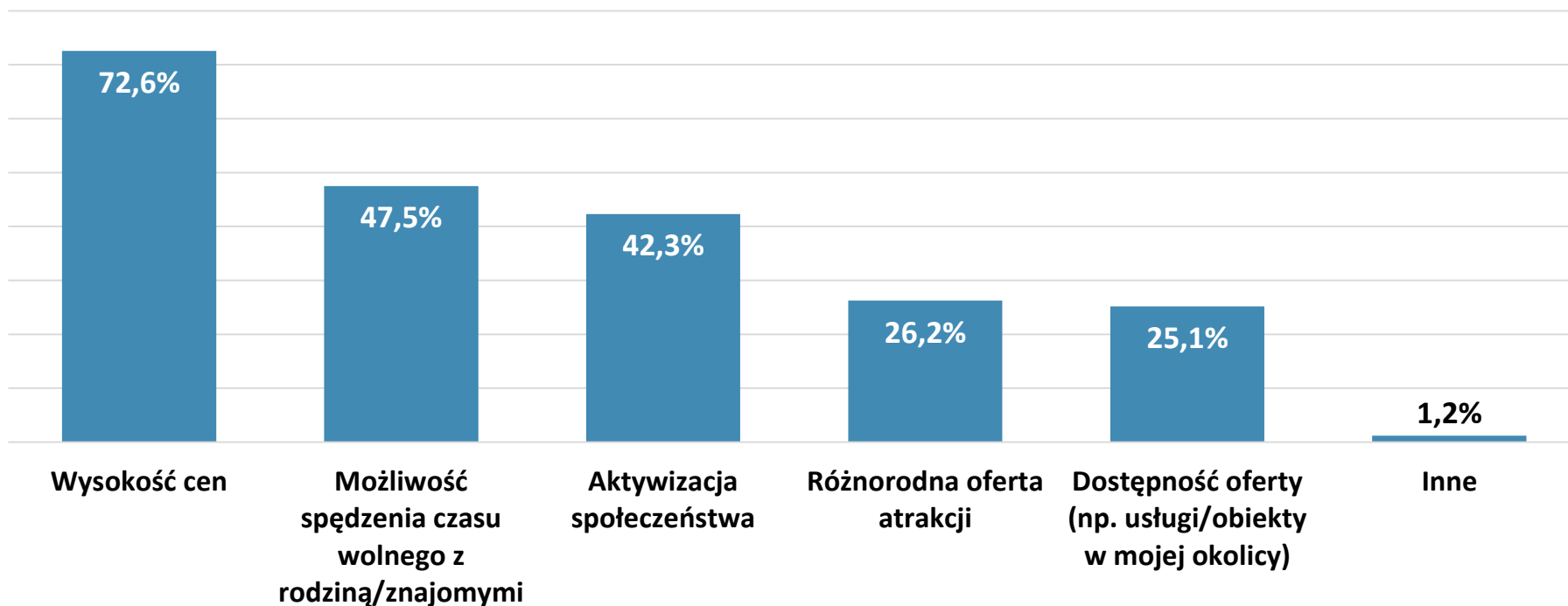
Badanie klientów

Wyszczególnienie	odsetek
Niewielka liczba usług/obiektów spełniających moje oczekiwania	36,8%
Ograniczona liczba usług/obiektów objętych Akcją	29,8%
Brak usług/obiektów zlokalizowanych w bliskiej odległości od miejsca zamieszkania	22,8%
Problem z rezerwacją usługi/obiektu	21,1%
Inne	8,8%

N=57

## Korzyści z udziału w Akcji według klientów

W najwyższym stopniu klienci Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” cenią sobie atrakcyjne ceny ofert promocyjnych.



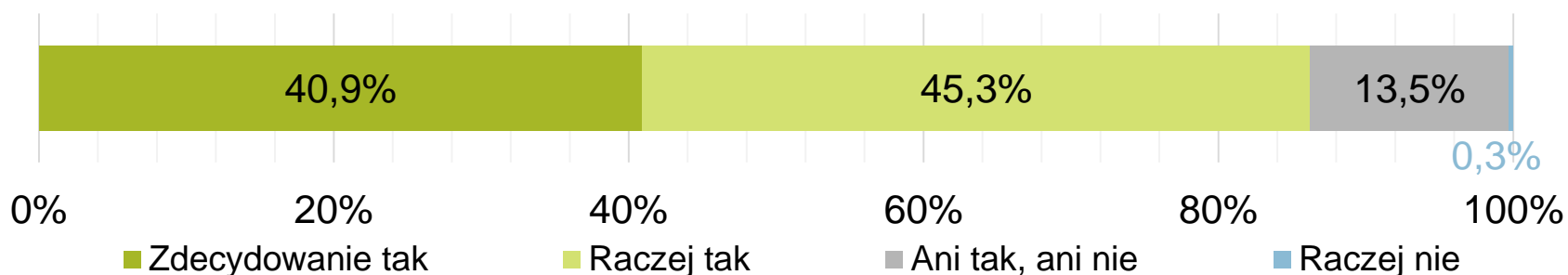
N=1002

Badanie klientów

# Chęć ponownego udziału w Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” - klienci

Ponad 86% ankietowanych zadeklarowano, iż ponownie weźmie udział w Akcji „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” (suma odpowiedzi zdecydowanie tak i raczej tak)

N=1002



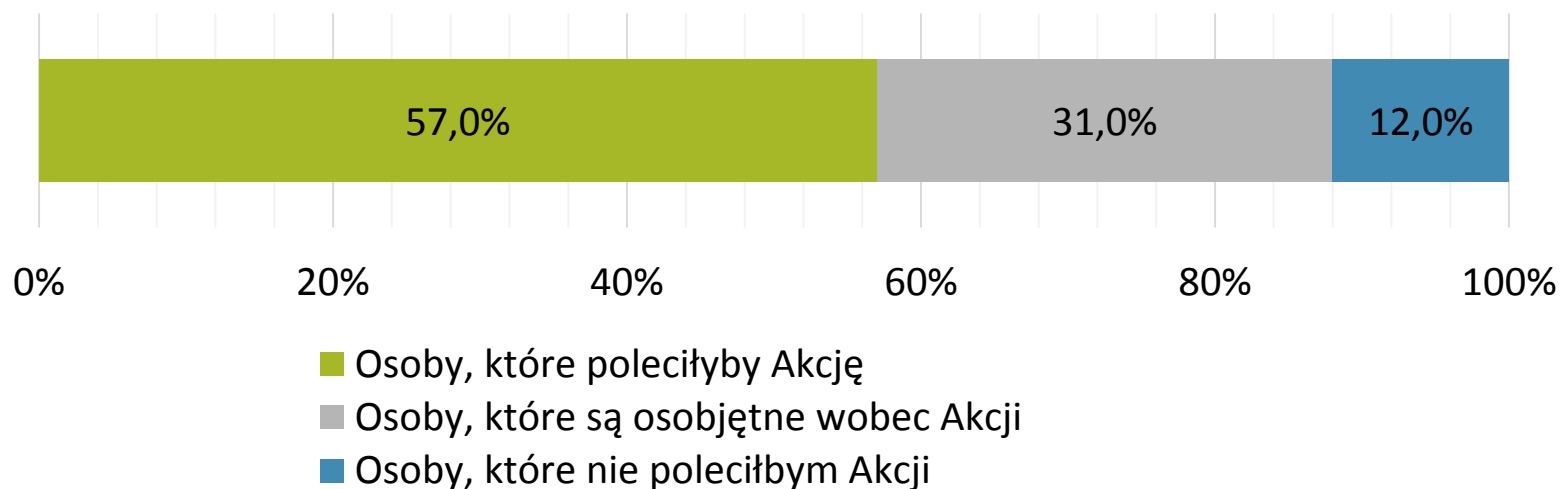
## Ponowny udział w Akcji wg branż

Branża	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Ani tak, ani nie	Raczej nie
Obiekty zakwaterowania	37,8%	50,0%	11,7%	0,4%
Obiekty gastronomiczne	40,9%	39,4%	19,7%	0,0%
Obiekty muzealne i/lub zabytkowe	41,8%	45,3%	12,7%	0,2%
Parki tematyczne	40,7%	45,7%	12,9%	0,7%
Kultura i sztuka	58,2%	34,5%	7,3%	0,0%
Usługi transportowe	25,7%	51,4%	22,9%	0,0%
Sport/rekreacja/spa	57,7%	34,6%	7,7%	0,0%
Usługi przewodnickie	11,8%	41,2%	47,1%	0,0%

# CHEĆ REKOMENDACJI AKCJI

## „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny” - klienci

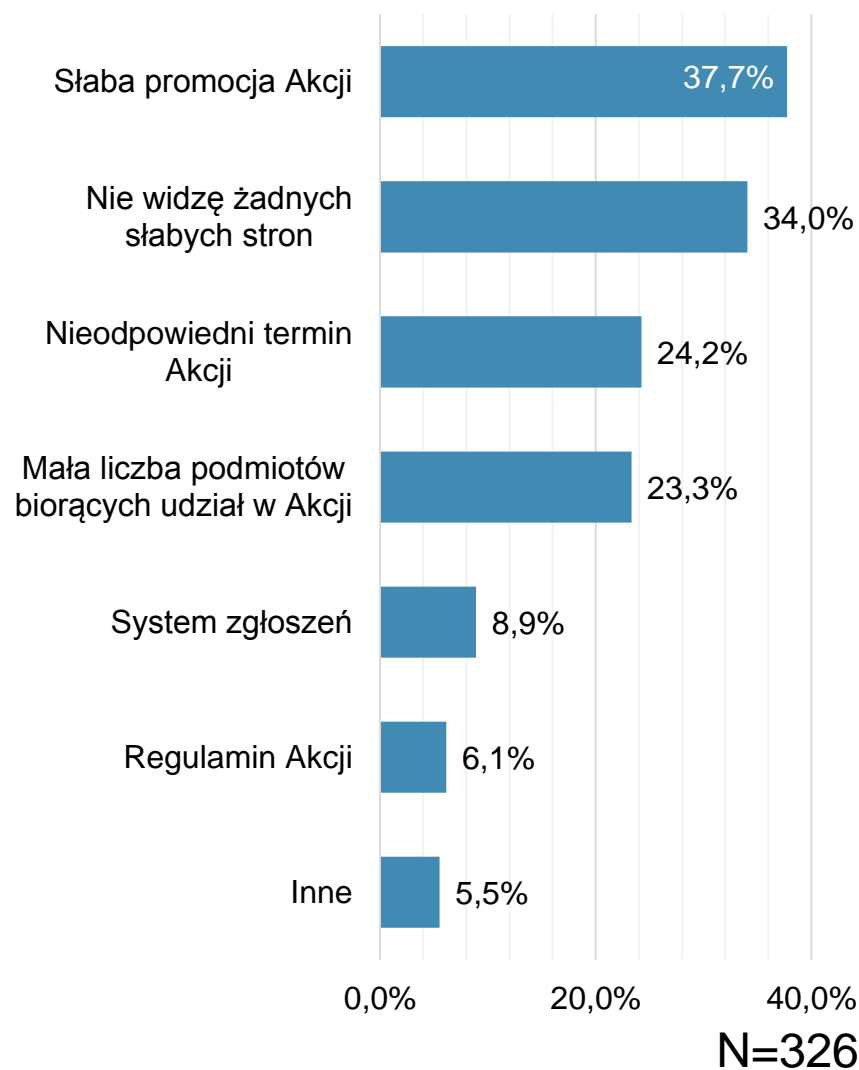
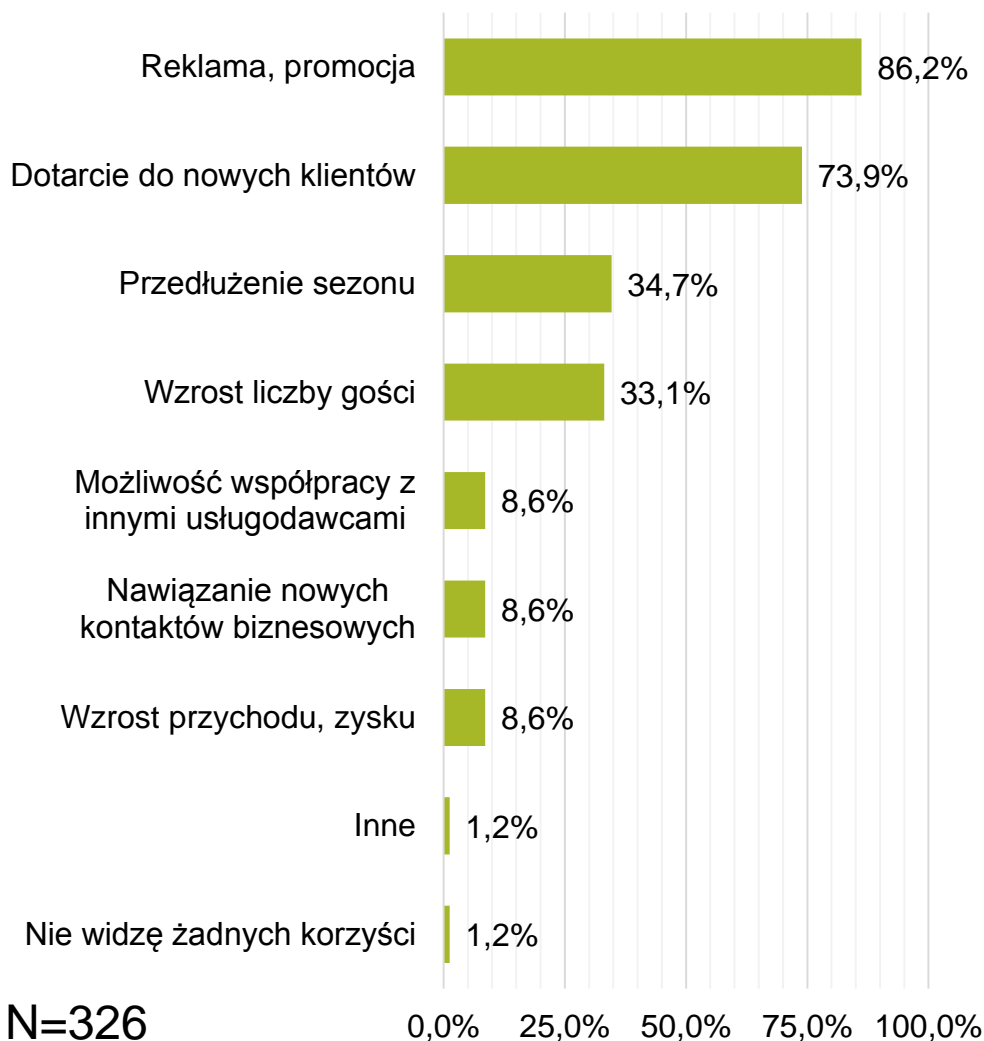
Ponad połowa osób (57,0%) biorących udział w edycji Akcji w październiku 2017 roku poleciby rodzinie/znajomym Akcję „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny”.



N=1002

Badanie klientów

# Mocne i słabsze strony udziału w Akcji „Polska zobacz więcej –weekend za pół ceny” według usługodawców



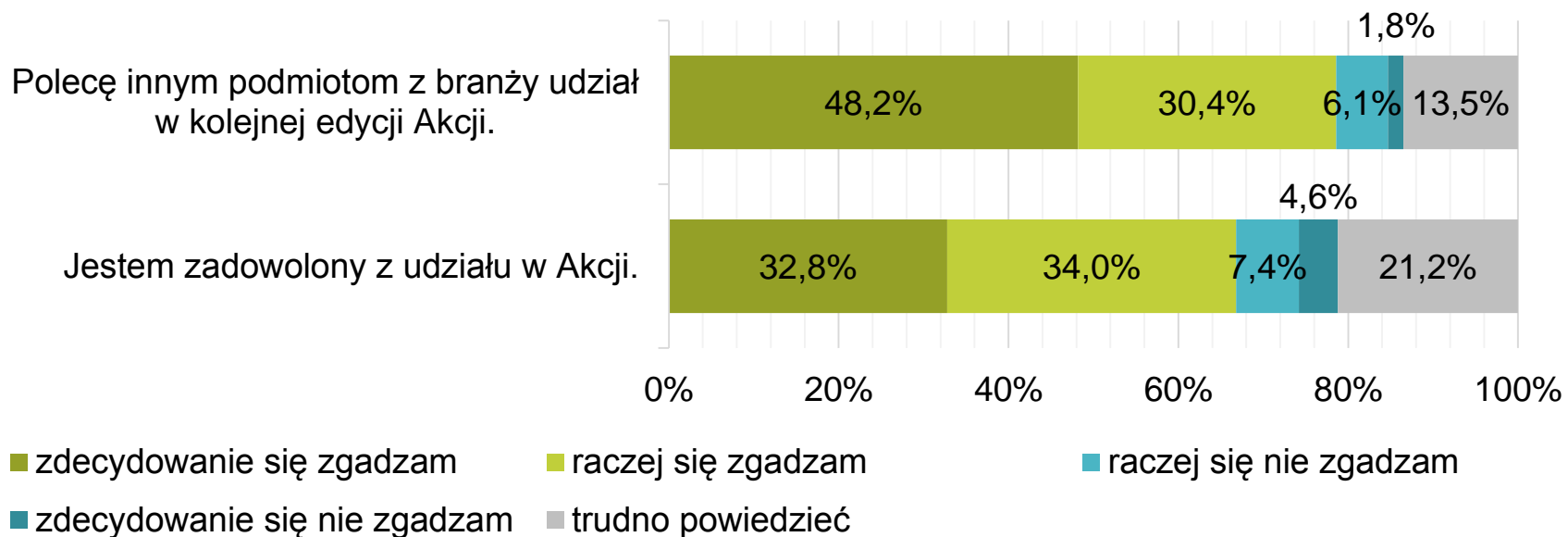
N=326

Badanie usługodawców

N=326

# Chęć rekomendacji i satysfakcja z udziału w Akcji - usługodawcy

Dwie trzecie usługodawców jest zadowolonych z Akcji, a większość z nich wyraziła chęć polecenia udziału w Akcji innym podmiotom z branży.



N=326

Badanie usługodawców