



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

# MARKETING TURISTIČKIH ATRAKCIJA

FET



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## **Kod marketinga turističkih atrakcija potrebno je:**

- Procijeniti ciljano tržište
- Izraditi marketing plan
- Spoznati značajnost novog događaja
- Unaprijediti marketing ponavljajućih događaja i novih uprizorenja (npr. kulturnih)



Fakultet ekonomije i turizma  
"Dr. Mijo Mirković"

# MARKETING PLAN

FET



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

**AIDA**

***(attention, interest, desire, action)***

FET



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## koraci (1)

revizija ciljeva, eliminacija neprikladnih  
ideja, identifikacija preferencija

FET



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## koraci (2)

marketing praćenje i eksterno okruženje,  
unutarnje okruženje i ekspertiza

FET



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## koraci (3)

**marketing ciljevi i generalna marketing strategija (pregled očekivanih rezultata)**

FET



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## koraci (4)

**priprema detaljnog marketing plana,  
uključenje ciljnog tržišta, raspored  
aktivnosti i proračun**

FET





Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

**koraci (5)**

**identifikacija sustava za mjerenje  
efektivnosti**

FET



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## Ciljevi

# Systematičan pristup planiranju

FET



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## Elementi marketing plana

- 1. izjava svrhe i ciljeva  
(uključujući očekivane rezultate)**
- 2. analiza okruženja, kompetitivnosti i sličnih događanja**



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

- 3. sumiranje elemenata koji čine proizvod (uslugu)**
- 4. prikaz ciljanih tržišta**
- 5. proračunska sredstva**
- 6. raspored aktivnosti kroz promociju, odnose s javnošću i promociju**

FET



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## **Organizacija i pripremanje događaja (povezano s marketing planom)**

- 1. razvoj aktivnosti (osnovne aktivnosti)**
- 2. prodaja ulaznica i sustavi za odgovore**
- 3. priprema i rokovi**

FET



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## Implementacija događaja

1. organizacija glavnih točaka/akcija  
(nukleus atrakcije)
2. bilježenje informacija

FET



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## Zatvaranje događaja (*event-a*)

1. analiza podataka
2. poslije događajni marketing  
(razvoj i povratna informacija)
3. planiranje novog događanja i budućih  
aktivnosti (u slučaju uspjeha)



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## KATEGORIJE USPJEHA (1)

**ciljevi i analiza okruženja,  
miks elemenata i ciljanih tržišta,  
načini financiranja,  
mediji i promocija,  
smještaj sudionika,**

FET





Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## KATEGORIJE USPJEHA (2)

**VIP gosti,  
direktni marketing,  
(organizatori događaja, agencije, mail liste),  
raspored aktivnosti,  
praćenje potrošnje, efekata marketinga,  
očekivanja i zadovoljstvo posjetitelja.**



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

## Zaključak

**Upravljanje događajima zasniva se na elementima marketing miksa uvažavajući komponentu financiranja i vremensku dimenziju.**

**Pritom je važno poznavati/koristiti tehnike odnosa sa javnošću koje će biti jednako korisne za postojeće ali i nove događaje.**