

4. Hlavné marketingové aktivity v roku 2014

Stratégia marketingovej komunikácie VADAŠ s.r.o. v roku 2014 vychádzala zo skúseností s jednotlivými druhmi marketingových nástrojov v predchádzajúcich rokoch. Alokáciu prostriedkov ovplyvnila aj snaha o čo najefektívnejšie zhodnotenie marketingových prostriedkov. Reklamný trh je neustále v pohybe a v posledných rokoch sme svedkami posunu od tradičných nosičov reklamy (printové, rozhlasové médiá, výstavy a veľtrhy) k modernejším komunikačným kanálom (internet, direkt marketing, sociálne siete). Neznamená to, že doteraz zaužívané komunikačné kanály sa dostávajú úplne do pozadia. Úlohou marketéra je to, aby si podľa možností zvolil ideálnu kombináciu marketingových nástrojov. Ďalšími, veľmi dôležitými úlohami sú: nájsť ideálny pomer reklám zadávaných pre slovenský a zahraničný trh, zvoliť správny pomer alokácie prostriedkov na jednotlivých zahraničných trhoch a rozhodnúť, ktorý produkt má byť propagovaný (kúpalisko pre jednodňových návštevníkov, kúpalisko ako dovolenková destinácia). Ako v predchádzajúcich rokoch, aj v tomto roku stála marketingová kampaň VADAŠ s.r.o. na viacerých pilieroch: rádiová kampaň, kampaň v poľskej TV, webstránky, direkt marketing, sociálne siete, printové médiá, sponzorované odkazy na vyhľadávačoch, on-line touroperátori, rezervačné portály.

Kampaň v rádiu:

Reklamné spoty termálneho kúpaliska vysielalo najpočúvanejšie rádio Slovenska, Rádio Expres od 15.6 – 15.8.2014, a to v regiónoch Bratislava, západné a stredné Slovensko.

V Českej republike vysielalo spoty kúpaliska Rádio Čas Morava, a to v období od 2.6 – 1.8.2014. Rádiá sú naďalej dôležitým marketingovým prostriedkom na získavanie nových návštevníkov, ako aj na pripomenutie služieb a produktov Vadaš Thermal už existujúcim klientom.

Online komunikácia: webové stránky, sociálne siete a mailing listy.

Hlavným nástrojom on-line komunikácie naďalej zostávajú webstránky VADAŠ s.r.o. a hotela (www.vadas.sk, www.thermalhotel.sk, www.koupaliste-slovensko.cz a www.vadas.pl), fanpage na facebooku a e-mail marketing. Návštevnosť stránok je pomerne vysoká a umožňuje spoločnosti komunikovať so zákazníkmi priamo, rýchlo a v reálnom čase. Vytvárajú prvý, veľmi dôležitý dojem u zákazníkov, preto okrem toho, že vizuálne majú byť adekvátne ponúkanému produktu, majú obsahovať všetky informácie, ktoré pre potenciálneho zákazníka môžu byť dôležité. Sú najrýchlejšou a zároveň najlacnejšou formou informačného toku, v dnešnom svete nevyhnutného pre úspešné podnikanie. Webové stránky si vyžadujú dennodennú starostlivosť z dôvodu ich optimalizácie vo webových vyhľadávačoch. V letných mesiacoch bola ich návštevnosť podporovaná aj sponzorovanými odkazmi. Od mája do konca júna sa propagovala na českom vyhľadávači Google stránka koupaliste-slovensko.cz, v mesiacoch júl - august bola podporovaná stránka vadas.sk. Návštevnosti web stránok sa podrobnejšie venuje časť 5.1. Štatistické údaje návštevníkov webových stránok.

Newsletter systém pomocou externého prevádzkovateľa

Celoročne sa využíval newsletter systém, pomocou ktorého bolo rozposlaných 33 newsletterov o prebiehajúcich, či pripravovaných akciách kúpaliska, alebo o akciových pobytových balíkoch v jednotlivých ubytovacích kapacitách. V databáze odberateľov sa nachádza v súčasnosti výše 15 000 mailových adries osôb, ktoré už minimálne raz boli na VADAŠ-i ubytovaní. Systémová podpora externého prevádzkovateľa zefektívnila posielanie hromadných mailov, ktoré vďaka tomu po odoslaní s určitosťou nie sú u prijímateľa zaradené medzi spamy.

Sociálne siete

V roku 2014 naďalej pokračovala komunikácia na sociálnych sieťach (hlavne facebook), či už prostredníctvom platenej reklamy, alebo prostredníctvom cielených príspevkov a súťaží na oficiálnych facebookových stránkach kúpaliska a hotela. V súčasnosti má facebooková stránka kúpaliska 11 640 fanúšikov.

Uverejnenia v printových médiách

Na základe dobrej skúsenosti z predchádzajúcich rokov boli uverejnené inzercie a články v nasledovných printových médiách v SR: Nový Čas, Plus jeden deň, Pravda, Hospodárske noviny, Új Szó. Inzercie sa uverejňovali počas leta aj v regionálnych printových médiách v MR v okruhu do 50 km od Štúrova, konkrétne v mestách: Szentendre, Budakalász, Budakeszi, Budaörs, Dunakeszi a v periodiku Dunakanyar Régió.

5. Analýza trhu v roku 2014

5.1. Štatistické údaje návštevníkov webových stránok

V roku 2014 navštívilo webovú stránku www.vadas.sk celkom 335 362 osôb (o 1,75 % menej ako v roku 2013). Návštevníci strávili na webe priemerne 5 minút a 5 sekúnd, počas ktorých prezreli priemerne 5,67 podstránok. Zvýšila sa návštevnosť fanúšikovskej stránky kúpaliska na sociálnej sieti Facebook: facebook.com/vadas.thermal, na ktorej došlo k nárastu databázy fanúšikov z 7 134 na 11 624 fanúšikov.

Najčítanejší obsah:

1. Hlavná stránka
2. Typy ubytovania
3. Ceny ubytovania
4. Ceny kúpalisko a plaváreň
5. Bazény
6. Ceny ubytovania SMARAGD
7. Toboganový park
8. Otváracia doba
9. Štúdiá SMARAGD na termálnom kúpalisku
10. Apartmány Westend Lux***

Tabuľka č. 4

PREHĽAD NÁVŠTEVNÍKOV WEBOVEJ STRÁNKY www.vadas.sk PODĽA ICH PÔVODU						
	Krajina	Počet návštevníkov 2014	Počet návštevníkov 2013	2014/2013	Obec – Slovensko	Počet návštevníkov
1.	Slovensko	226 720	237 284	-4,45 %	Bratislava	102 788
2.	Česko	59 489	56 842	4,66 %	Žilina	15 090
3.	Maďarsko	28 592	29 572	-3,31 %	Trnava	6 258
4.	Poľsko	7 085	4 606	53,82 %	Nitra	5 815
5.	Nemecko	2 245	2 202	1,95 %	Nové Zámky	5 322
6.	Rakúsko	1 901	1 904	-0,16 %	Zvolen	4 926
7.	Veľká Británia	1 713	1 557	10,02 %	Liptovský Mikuláš	4 849
8.	Neidentifikované	1 170	2 787	-58,02%	Prievidza	4 802
9.	USA	1 133	697	62,55%	Košice	4 473
10.	Ostatné	5 314	3 872	37,24%	Košice	4 643
	SPOLU	335 362	341 323	-1,75 %	Štúrovo	3 093

Webovú stránku kúpaliska v českom jazyku – koupaliste-slovensko.cz navštívilo 6 667 osôb, t.j. o 12,38 viac ako v roku 2013. Najviac návštevníkov bolo z regiónov: Praha, Morava a Zlín. Stránku Hotela Thermal navštívilo celkom 74 267 osôb, teda o 26,82 viac ako v roku 2013.