

WIETNAM SIĘ NIE REKLAMUJE



Pomimo znacznej poprawy w zakresie branży turystycznej, Wietnam jest wciąż w tyle w porównaniu ze swoimi konkurentami z Azji i Europy. Główną tego przyczyną są błędy stricte marketingowe i niedocenianie ogromnej siły narzędzia, jakim jest reklama.

Wietnamska gospodarka wydaje się być coraz prężniejsza: w wyniku budowlanego „boom” na obszarze około 2000 mil powstało mnóstwo hoteli, a w 2010 roku kraj odwiedziło prawie 5 mln ludzi. W porównaniu z rokiem poprzednim był to wzrost o 35%.

Na przestrzeni ostatniego roku bardzo poprawiła się także reputacja Wietnamu na arenie międzynarodowej. W czym więc tkwi problem?

Choć dane wydają się być imponujące to w rzeczywistości kraje takie jak Bułgaria, czy Ukraina znacznie wyprzedzają Wietnam. **Także Kambodża i Laos przyjmują obecnie więcej turystów, niż Wietnam.** Najważniejszą tego przyczyną jest brak spójnej, efektywnej strategii marketingowej – tak jak to miało miejsce w przypadku Tajlandii, czy Indii. W rzeczywistości więc nowo wybudowane hotele muszą bardzo walczyć o swoich potencjalnych gości.

Problem tkwi zatem w dwóch obszarach: marketingu i biurokracji. **Organizacje odpowiadające za promocję kraju na arenie międzynarodowej są poważnie niedofinansowane, a systemu administracyjne są przestarzałe.**

Wielu ekspertów jest zgodnych co do tego, że takie kraje jak Indie, czy Tajlandia są daleko przed konkurencją głównie ze względu na dobrą politykę marketingową. Wietnam w tym aspekcie wyraźnie kuleje, a dodatkowo sytuację pogarsza system wizowy, który działa w ten sposób, że o wizę można się starać dopiero po przyjeździe do kraju.

Date: 2011-06-20

Article link:

<https://www.tourism-review.pl/wietnam-potrzebuje-spojnej-strategii-marketingowej-news2818>