



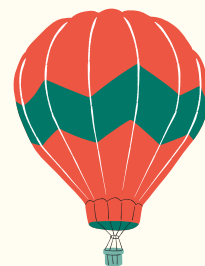
REKOMENDACIJA KELIONĖS PLANAVIMO ĮRANKIUI

GINTAUTĖ NEVERAUSKAITĖ
TAUTVILĖ DAUGĖLAITĖ

TURINYS

Vartojamos sąvokos.....	3
Įvadas.....	4
Šaltiniai rekomacijai.....	5
Rekomencijos struktūra.....	8
Techninės rekomencijos.....	9
Funkcinės rekomencijos.....	11
Turinio rekomencijos.....	14
Apžvalga ir išvados.....	17
Nuorodos į šaltinius.....	18

VARTOJAMOS SAVOKOS



Kelionės planavimo įrankis, interaktyvus įrankis - interaktyvi svetainės ar mobilios programėlės dalis, leidžianti vartotojui susiplanuoti savo kelionę pagal individualius poreikius, pasirenkant jį dominančius objektus pagal temas, lokacijas ir pan.

Kelionių vadovas- galutinis interaktyvaus įrankio produktas, kai kelionės planas formatuojamas į kelionių vadovą (angl. guidebook) primenančią knygele.

Interaktyvus žemėlapis - žemėlapis, kuriame turistai pagal poreikius ir interesus gali filtruoti ir išsisaugoti jį dominančius objektus.

DMO (destination marketing organization) - turizmo skatinimo institucijos, dažnai nacionalinės turizmo skatinimo agentūros, tačiau gali būti ir regioninės.

DMO internetinių svetainių vertinimo kriterijai (DMO Web Quality Index, DMO WQI) - Ispanijos akademikų ir turizmo sektoriaus profesionalų sukurti kriterijai, kuriuose skaitine verte vertinamos DMO internetinės svetainės.

Sėkmės požymiai - konsultuojantis su Lietuvos turizmo sektoriaus ekspertais pagal DMO WQI parengti požymiai, kuriuos turėtų turėti sėkmingi kelionės planavimo įrankiai.

ĮVADAS

Pasak jau legendiniu tapusio Expedia tyrimo (2015), vartotojas, planuojantis atostogas, aplankęs nacionalinę (DMO) turizmo svetainę aplanko dar 38 su turizmu susijusius tinklapius, prieš nusiperkant ar išsirenkant kelionę.

Tačiau žvelgiant į savarankiškai keliaujančius asmenis, tokie poreikiai gali keistis. Noras išsirinkti labiausiai kokybės ir kainos santykį atitinkantį kelionių paketą išnyksta ir vartotojas koncentruojasi ties turizmo informacijos poreikio patenkinimu. Norint palengvinti vartotojo kelią, nacionalinės turizmo skatinimo agentūros nuolat tobulina informacijos pateikimą savo svetainėse.

Taip siekiama, jog turistai galėtų rasti visą jam reikalingą informaciją vienoje platformoje. Galimybė patraukliai pasiūlyti išsamią ir praktišką turizmo informaciją gali prisidėti prie lokacijos konkurencingumo stiprinimo.

Siekiant ne tik sudominti potencialų turistą konkrečia lokacija tačiau ir patogiai pateikti informaciją, agentūros dažnai integruoja interaktyvius kelionės planavimo įrankius: žemėlapius ar pagal poreikį kuriamus kelionių vadovus. Tai leidžia pritaikyti ir personalizuoti turimą informaciją pagal turistų poreikius, sukuriant optimalią patirtį vartotojui.

REKOMENDACIJOS TIKSLAS



Sistemiškai pateikti įžvalgas apie sėkmingą kelionės planavimo įrankį, identifikuojant atskiras tokio įrankio kūrimo dalis ir kokios praktikos turėtų būti sekamos kiekvienoje iš jų.



ŠALTINIAI REKOMENDACIJAI

Kelionės planavimo įrankio kūrimas - itin kompleksiškas procesas. Norint turistui pateikti jam patrauklų ir patogų įrankį, yra svarbu atsižvelgti į skirtingus aspektus: nuo techninio išpildymo ir funkcionalumo iki aukšnio viduriuko turinio išsamumui.

Norint surinkti optimaliausią informaciją apie sėkmingas praktikas, neužtenka apklausti vien tiesioginius vartotojus - turistus, Vartotojai retai racionaliai identifikuoja visus patinkančius ar praktiškus elementus, t.y. jiems yra lengviau įvardinti kuris įrankis yra patrauklesnis, tačiau jie ne visada gali tiksliai įvardinti kodėl.

Siekiant visapusiško vertinimo, buvo įtraukiami tiek vartotojai, tiek vietiniai bei užsienio kelionių ekspertai,

Išvados aprašomos šioje rekomendacijoje yra paremtos šiais šaltiniais (toliau vartojamas sutrumpinimas - skliausteliuose):

- Lietuvos turizmo ekspertų identifikuotais sėkmės požymiais (LTE), paremtais Ispanijos akademikų sukurtais DMO internetinių svetainių kokybės kriterijais (DMO Web Quality Index);
- Užsienio kelionės planavimo įrankių pavyzdžių analize (UKP), kai įrankiai analizei pasirenkami remiantis Lietuvos turizmo ekspertų identifikuotais sėkmės požymiais;
- KOG Instituto vykdyta lietuvių, savarankiškai keliaujančių į užsienį, apklausa (KOG);
- Užsienio turistų apklausa (UTA).

Plačiau šie šaltiniai ir jų naudojimo priežastys apžvelgiamos toliau.

ANALIZĖS

LIETUVOS TURIZMO EKSPERTŲ IŽVALGOS

Konsultuojantis su turizmo industrijos profesionalais, pirmiausia buvo identifikuoti sėkmės požymiai, kurie kuria sėkmingą kelionės planavimo įrankį.

Šie požymiai parengti remiantis tarpdalykiniame turizmo valdymui skirtame moksliniame leidinyje "Tourism management perspectives" 2014 metais publikuotais Ispanijos akademikų sukurtais kriterijais DMO internetinių svetainių vertinimui (DMO Web Quality Index). Siekiant kriterijus iš skaitinio vertinimo transformuoti į gaires ir pritaikyti esamai situacijai, buvo konsultuojamasi su Keliuk Lietuvoje, Go Vilnius ir Kaunas In atstovais. Konsultuojantis parengti sėkmės požymiai, kuriais remiantis buvo analizuojami užsienio pavyzdžiai.

UŽSIENIO PAVYZDŽIŲ ANALIZĖ



Remiantis turizmo ekspertų identifikuotais sėkmės požymiais, buvo atrinkti šeši ES + Šengeno zonos valstybių kelionės planavimo įrankių pavyzdžiai, atitinkantys daugiausiai sėkmės požymių.

Šešių kelionės planavimo įrankių analizės metu, buvo aiškintasi, kaip ekspertų identifikuoti sėkmės požymiai atsispindi ir veikia praktikoje. Taip pat atrastos ir analizuotos kitos gerosios praktikos, kurios kuria vartotojui patogų kelionės planavimo įrankį, bei unikalūs sprendimai, kurie padeda skirtingoms platformoms išsiskirti iš konkurentų tarpo.

TURISTŲ APKLAUSOS

TURISTAI, SAVARANKIŠKAI KELIAUJANTYS Į UŽSIENĮ



KOG Instituto vykdyto tyrimo metu buvo apklausti 502, bent kartą per pastaruosius penkerius metus savarankiškai į užsienį keliaavę lietuviai. Apklausos metu buvo aiškinamasi:

- Kaip savarankiškai į užsienį keliaujantys turistai ieško informacijos;
- Kokias kelionės planavimo platformas jie naudoja;
- Kokios funkcijos svarbiausios naudojantiems kompiuterius, mobiliuosius įrenginius ar mobiliąsias programėles;
- Pagal kokius parametrus turistai filtruoja turizmo informaciją;
- Kokia informacija apie kiekvieną objektą yra svarbiausia;
- Kokios informacijos dažniausiai pasigendama.



UŽSIENIO TURISTŲ APKLAUSA

Išvertus KOG Instituto tyrime naudotą klausimų rinkinį į anglų kalbą, buvo apklausti 112 užsieniečių. Apklausa buvo patalpinta lithuania.travel tinklapyje ir siūloma lankytojams, kurie tinklapiu naudojami anglų kalba.

Šios apklausos tikslas - patikrinti rodiklius gautus apklausus lietuvius keliaujančius į užsienį. Buvo stebima ar gauti duomenys skiriasi ir ar yra indikacijų apie galimas tendencijas (ypač kai atsakymai tarp lietuvių ir užsienio turistų panašūs).

REKOMENDACIJOS STRUKTŪRA



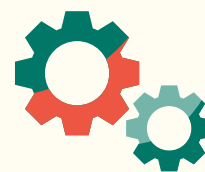
Ši rekomendacija nesiūlo konkrečios platformos, labiausiai tinkančios sėkmingo kelionės planavimo įrankio įgyvendinimui, tačiau yra skirta atkreipti dėmesį į konkrečias praktikas, kurios turėtų būti taikomos kuriant įrankį. Visos rekomendacijos pateikiamos atsižvelgiant į vartotojų poreikius bei vykdytas analizes.

Siekiant kuo geriau identifikuoti atskirus elementus ir praktikas, kurios lemia ar daro įtaką kelionės planavimo įrankio sėkmei, rekomendacija skirstoma į tris dalis:

- Techninės rekomendacijos - techninis įrankio išpildymas, platformos pasirinkimas;
- Funkcinės rekomendacijos - svarbiausios, pageidautinos funkcijos, jų išdėstymas;
- Turinio rekomendacijos - informacija apie lankytinus objektus, jos išdėstymas ir skirstymas.



TECHNINĖS REKOMENDACIJOS



- Dažniausiai naudojamos kelionių planavimo priemonės yra viešbučių rezervavimo sistemos, informacijos paieškos varikliai (Yahoo ir kiti), elektroniniai žemėlapiai, artimų žmonių suteikiama informacija bei rekomendacijos ir bilietų pardavimo sistemos (KOG). **Itin svarbu, kad kelionės planavimo įrankis patektų į pirmąjį paieškos sistemų puslapį, skiriant dėmesio SEO;**
- 80% lietuvių (KOG) ir 60% (UTA) užsieniečių teigia, jog ieškant informacijos dažniausiai naudojasi kompiuteriu. Kelionių planavimo programėlėmis dažniau naudojosi trisdešimtmečiai ir jaunesni keliautojai, vilniečiai, tie, kurių pajamos vienam šeimos nariui viršija 900 Eur (KOG). Tačiau, ieškant informacijos kelionės metu, 54% užsienio turistų teigė, jog naršo mobiliam telefonui pritaikytose svetainėse ir jau tik 12% naudoja kompiuterį (UTA).

(KOG, galimi keli atsakymo variantai)



Kompiuteris 80%



Mobiliam naršymui
pritaikytos svetainės 68%



Mobiliosios
programėlės 20%

Norint kurti universaliai naudojamą įrankį, jis turėtų būti pritaikytas tiek mobiliam tiek kompiuterio naudojimui ir išsaugoti turisto pasirinkimus, kad prieš kelionę naršęs kompiuteryje, kelionės metu jis galėtų rasti anksčiau surinktą informaciją savo telefone.

TECHNINĖS REKOMENDACIJOS

- Viešbučių rezervavimo sistemos yra antra populiariausia (po paieškos sistemų) informacijos paieškos sistema (KOG), **tad vertėtų svarstyti įrankio viešinimą tokiose platformose;**
- **Įrankis turi greitai užsikrauti**, nes naujas vartotojas svetainei skiria tik apie 2 sekundes dėmesio.
- **Siūlyti lengvą navigaciją tarp įrankio polapių (pvz. tarp žemėlapių ir konkretaus objekto informacijos), nepamesti vartotojo progreso (LTI; UKP).**
- Svarbu suteikti galimybę (taip pat ir funkcijomis) galutinį produktą susikurti greitai (UKP). **Įrankis turėtų atliepti skirtingus vartotojų poreikius: norintys kurti kelionės planą nuo nulio, galėtų rinkti norimus objektus po vieną, tačiau taip pat turėtų būti galimybė šį kelią trumpinti, pasirenkant keletą parametrų, pagal kurį kelionės planas galėtų būti sugeneruojamas automatiškai.**





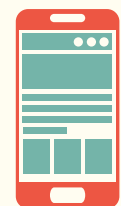
FUNKCINĖS REKOMENDACIJOS

- Ribotas kiekis kategorijų ir funkcijų išlieka svarbus kuriant patrauklų įrankį. Net ir stengiantis patenkinti kuo daugiau skirtingų turistų poreikių, kiekviena funkcija ir kategorija turi būti pasverta, nes didelis jų skaičius gali atrodyti sudėtingai (LTE; UKP). **Siekiant pritraukti vartotoją ir išlaikyti įrankio išsamumą bei funkcionalumą, siūloma neatskleisti visų funkcijų ir kategorijų (ar parametrų) iš karto, tačiau slėpti vienus po kitais, pirma atskleidžiant stambesnę skirstymą ir leidžiant vartotojui gilintis pagal jo poreikius.**
- **Bet kurioje kelionės plano kūrimo stadijoje vartotojas turėtų galėti lengvai jį redaguoti, įtraukiant ar pašalinant objektus (UKP).**
- Galimybė atsirinkti informaciją pagal interesus išlieka itin svarbi (UKP). Įrankiuose turistams suteikiama galimybė pasirinkti kelionės parametrus (pvz. su šeima, aktyvios atostogos), pagal kuriuos generuojamas kelionės maršrutas. Net 70% turistų (KOG) sakė, jog filtruoja informaciją pagal interesus (pvz. istorija, aktyvus laiko praleidimas) ir 51% pagal kelionės pobūdį (pvz. su šeima). Daugiausia (20%) užsienio respondentų (UTA) taip pat renkasi informaciją pagal interesus. **Verta siūlyti vartotojui pasirinkti dominančias kategorijas (pvz. gamta, muziejai) ir kitus parametrus (pvz. poilsinės atostogos, su šeima) kartu, tuomet atvaizduojant siūlomus aplankyti objektus ar siūlomus kelionės maršrutus.**
- Informacijos kiekis nebūtinai kuria autoritetingumo jausmą. Siekiant turistų pasitikėjimo, verta parodyti, kad informacija yra nauja. **Galima atskleisti paskutinio informacijos atnaujinimo (ar patikrinimo) datą (UKP).**

FUNKCINĖS REKOMENDACIJOS

- Labiausiai naudojamos internetinių svetainių funkcijos (nepriklausomai ar naršoma kompiuteriu ar mobiliuoju telefonu) - viešbučių rezervavimas ir rezervacijų išsaugojimas, paliktų kitų keliautojų atsiliepimų skaitymas bei lėktuvų/ traukinių/ autobusų bilietų paieška ir pirkimas (KOG). Kadangi kelionės planavimo įrankis galėtų tik nukreipti į viešbučio ar bilietų rezervacijų puslapius, **rekomenduojama kurti savą (angl. native) vertinimų sistemą, nereikalaujančią daug pastangų iš vartotojo (pvz. nykščiai ar žvaigždutės ir komentaras tik pagal poreikį). Taip pat galima svarstyti integruoti TripAdvisor vertinimo sistemą, tačiau nerekomenduojama integruoti komentarų, nes sunku užtikrinti jų kokybę ir tai gali kenkti bendram DMO įvaizdžiui.**
- Turistai, kurie siunčiasi mobiliąsias programėles, svarbiausiomis laiko tas pačias funkcijas, tad mobiliųjų programėlių pranašumas ar skirtumas - nežymus. Tačiau mobiliųjų programėlių vartotojai vidutiniškai naudojami daugiau funkcijų nei tie, kurie naršo internetinėse svetainėse: 5,6 ir 4,4 funkcijos atitinkamai (KOG). Taip pat, programėlių vartotojai labiau linkę žemėlapyje pasižymėti dominančius objektus (68%) negu naršantys internetinėse svetainėse (43%) (KOG) ir planuoti kiekvienos dienos maršrutą (44% ir 23% atitinkamai). **Tai rodo, jog turistams reikalingas akivaizdus užtikrinimas, jog vartotojų susikurtas produktas išliks jiems palikus įrankį (kaip tą užtikrina mobiliosios programėlės) ir jie galės šia informacija pasinaudoti jau keliaudami.**

FUNKCINĖS REKOMENDACIJOS



- Turizmo platformų siūlomais maršrutais bent kartais naudojasi 72% lietuvių (KOG) ir 58% užsienio turistų (UTA). **Rekomenduojama siūlyti galimybę pasirinkti jau paruoštą maršrutą (neredaguojamą arba galimybę jį įsikelti į interaktyvų įrankį ir redaguoti pagal poreikį) vartotojams, kurie nėra linkę kurti kelionės plano nuo nulio. Taip pat rekomenduojama suteikti galimybę generuoti maršrutus, pasirinkus pradžios ir pabaigos (galbūt ir tarpinius) taškus, pasiūlant aplankyti objektus pakeliui.**
- Dažniausiai keliautojus tenkintų vidutinio išsamumo kelionės planas su pažymėtais norimais aplankyti objektais, viešbučiais. Trečdalis rinktųsi labai detalų planą, o 25% užtektų pasižymėti tik norimus aplankyti miestus, vietas ir lankytinus objektus (KOG). **Interaktyvus kelionės įrankis turėtų sudaryti galimybę įtraukti skirtingus objektus, kad vartotojai galėtų patys spręsti apie plano detalumą.**
- Lietuviai, keliaujantys į užsienį, dažniausiai kelionės planą kuria Google maps pasižymėdami objektus kuriuos ketina aplankyti (51%) arba išsisaugo svetainių nuorodas (44%) (KOG), tačiau užsienio turistai lieka ištikimi interneto nenaudojančioms priemonėms: užrašų knygėlėms (27%) ar Word/ Excel programoms (20%) (UTA). **Vartotojui galėtų būti suteikta galimybė parsisiųsti kelionės planavimo įrankiu sukurtą planą, taip užtikrinant, kad turistai galės jį pasiekti bet kokiomis sąlygomis taip stiprinant patikimo produkto įvaizdį.**



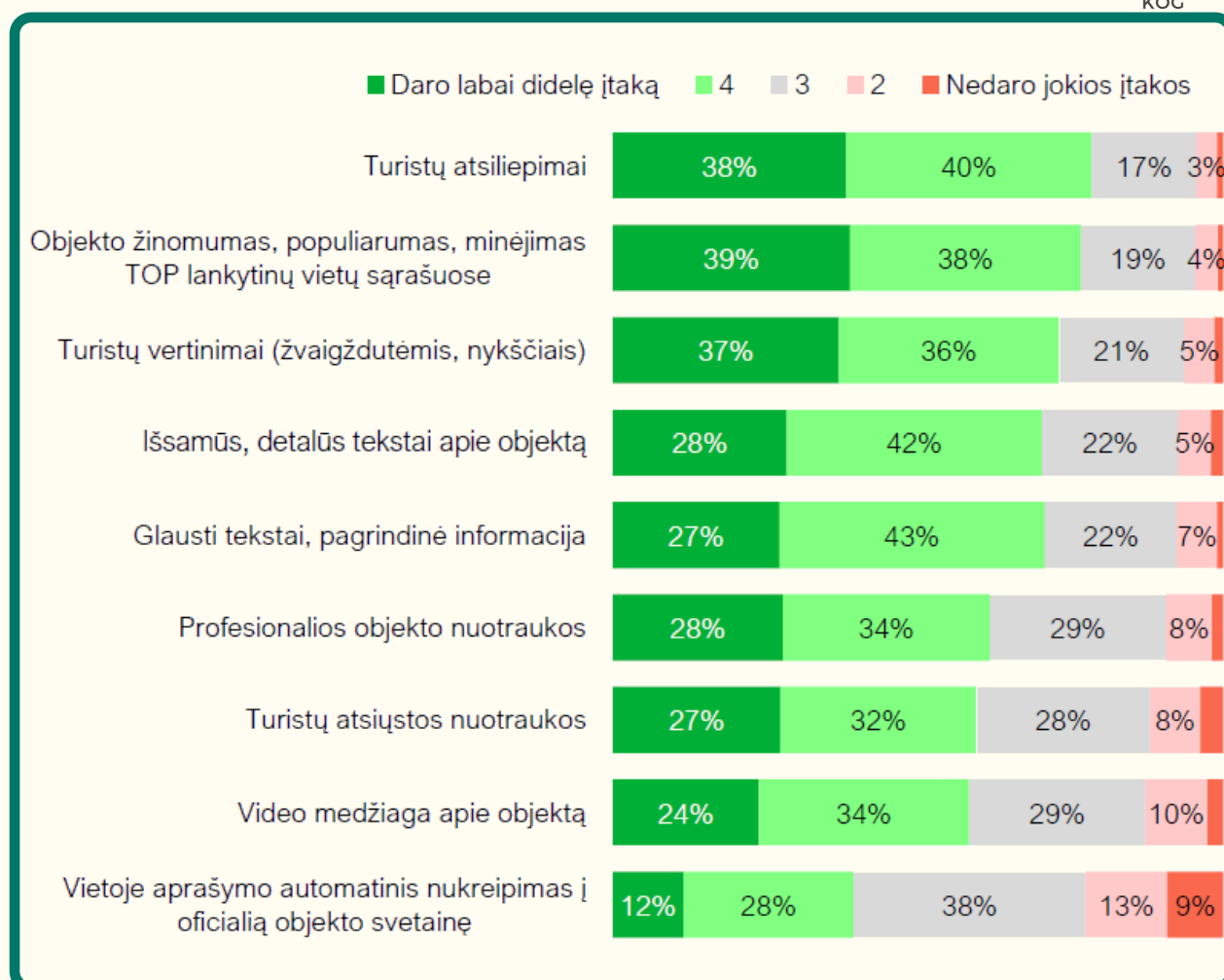
TURINIO REKOMENDACIJOS

- Per didelis ir nesisteminimas turinio išsamumas gali apsunkinti naudojimąsi interaktyviu kelionės planavimo įrankiu, tad svarbu apgalvoti, kokia informacija ir kaip atvaizduota turi būti pateikta vartotojui. **Verta skirti daugiau dėmesio ypatingiems objektams ar kategorijoms, kurios prisideda prie nacionalinio įvaizdžio formavimo (UKP) ir, kur galima, atsisakyti bendrinio, įprasto skirstymo (pvz, gastronomijos kategoriją skirstyti minimaliai, išskiriant lietuvišką virtuvę, restoranus ir kavines, bet vengiant per smulkaus skirstymo į greitojo maisto, užkandines ir pan).**
- Jeigu galutinis produktas siūlomas parsisiuntimui, svarbu apgalvoti kokią informaciją įtraukti į produktą (jeigu tai pvz. PDF dokumentas) (UKP). Jeigu dokumentas suteikia pilną kiekvieno objekto aprašymą, galutinis produktas gali būti per smulkus ir nepraktiškas. **Prieš parsisiunčiant, vartotojui gali būti siūloma pažymėti jį dominančios informacijos langelius, taip pritaikant galutinį produktą savo poreikiams.**
- **Dalis turinio galėtų būti atskleidžiama jau užvedus žymeklį ant objekto (UKP), kad vartotojas galėtų įvertinti ar objektas jam įdomus neperėjus į objekto polapį ir neskaitant pilno aprašymo.**
- Svarbu aiškus, praktiškai, ir vizualiai padalintas objektų aprašymas (UKP). **Verta vengti ilgų, vientisų tekstų blokų, bet verčiau dalinant informaciją į mažas dalis ir ją atvaizduojant skirtingai (pvz. tekstas ir ikonos).**

TURINIO REKOMENDACIJOS

KAS DARO DIDŽIAUSIĄ ĮTAKĄ PASIRENKANT OBJEKTUS?

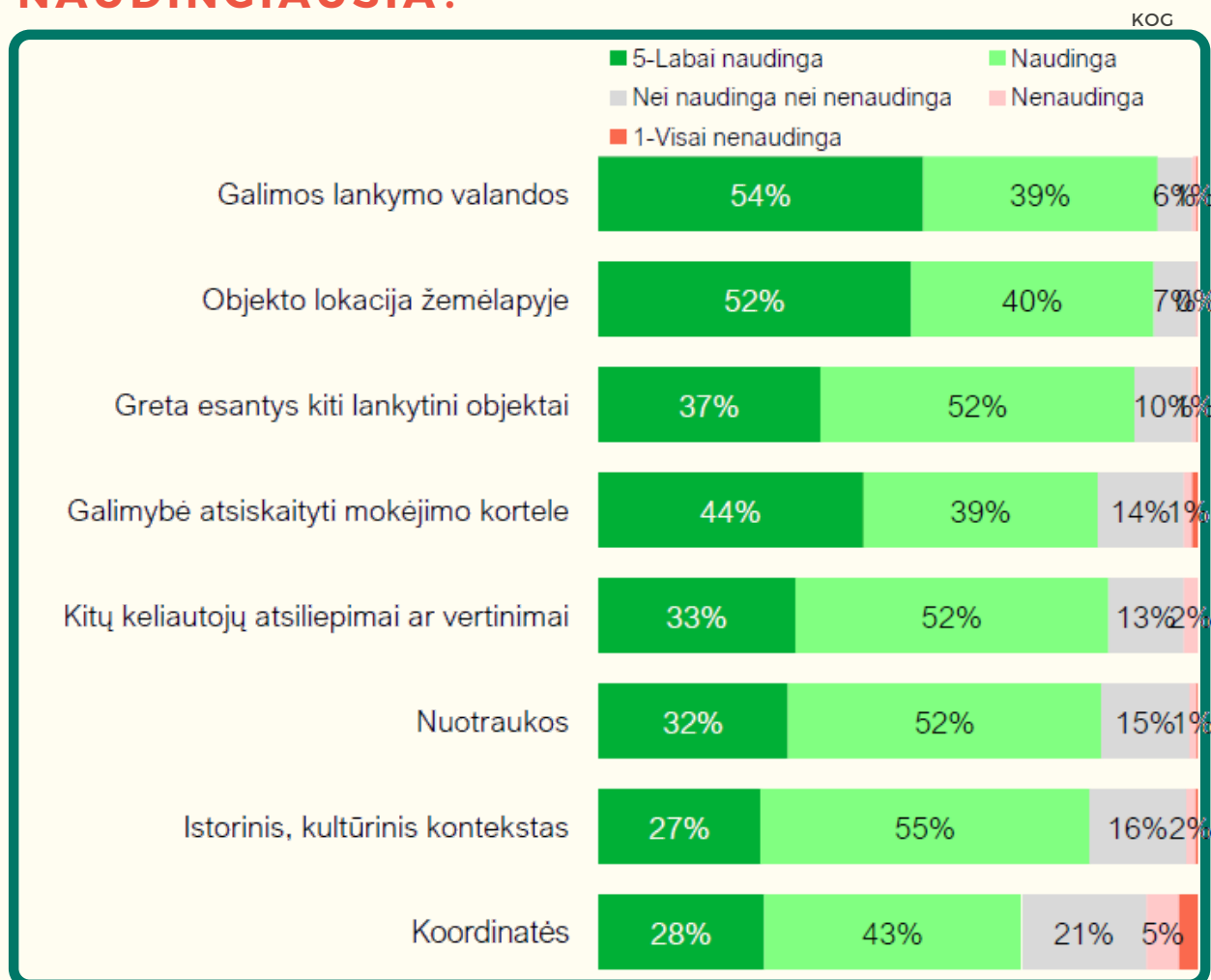
KOG



- Prioritetizuojant kokią informaciją atskleisti turistui, svarbu atsižvelgti į tai, kas daro didžiausią įtaką jo sprendimams. **Žinant, jog turistams svarbiausia atsiliepimai ir vertinimai, galima ne tik juos rodyti, tačiau ir leisti filtruoti ar rikiuoti objektus pagal surinkusius daugiausiai teigiamų atsiliepimų.**
- Vartotojams panašią įtaką daro ir išsamūs ir glausti aprašymai. **Siekiant patenkinti abu poreikius, svarbu pateikti išsamią, bet vizualiai suskaidytą informaciją, taip leidžiant ją suprasti greičiau.**

TURINIO REKOMENDACIJOS

KOKIA INFORMACIJA PRIE OBJEKTŲ NAUDINGIAUSIA?



- Atsiliepimai yra svarbiausia informacija renkantis objektus, tačiau tai nėra itin naudinga objektų aprašymuose. **Vertinimai svarbiau filtruojant informaciją ar pradinėje atsirinkimo stadijoje.** Užsienio turistams svarbiausia informacija taip pat lankymo valandos (71%) ir lokacija žemėlapyje (67%) (UTA).
- **Prie aprašymo siūloma pateikti keletą skirtingų greta esančių objektų. Jeigu suteikiama galimybė kurti maršrutą nuo A iki B, tuomet įrankis turėtų parinkti pakeliui esančius objektus, sudarant vartotojui efektyviai išnaudojamo laiko įspūdį.**

APŽVALGA IR IŠVADOS



Atsižvelgiant į rekomendacijas iš skirtingų šaltinių, galima išskirti keletą esminių detalių į kurias svarbu atkreipti dėmesį, kuriant kelionės planavimo įrankį.

- **Turistas iš kelionės planavimo įrankio tikisi personalizuoto, tačiau neapsunkinto ir informacija neapkrauto naudojimosi.** Svarbu įvertinti, kurios funkcijos ir informacijos dalys yra būtinos ir kaip galima atskleisti daugiau detalių, jeigu vartotojas parodo tam poreikį (pvz. užvedus žymeklį rodoma pagrindinė informacija, paspaudus - daugiau).
- **Svarbu sukurti lengvą naudojamąsi įrankiu** - naudoti intuityvias ir turistui pažįstamas funkcijas, leista (pagal poreikį) pasinaudoti jau sukurtais kelionių maršrutais (galima rodyti kitų vartotojų sukurtus kelionių planus (UKP), neapkrauti vaizdais ar funkcijomis, kurios sulėtintų įrankio veikimą.
- **Prie objektų pateikiama informacija pirmiausia turi būti praktiška,** svarbu vengti ilgų aprašymų, o verčiau stengtis skaidyti informaciją į mažas dalis, naudoti ikonas ir nukreipti į objekto tinklapį jeigu norima ilgesnių aprašymų.



NUORODOS Į ŠALTINIUS



Esamos situacijos Lietuvoje analizė

Užsienio pavyzdžių analizė ir jos santrauka

Lietuvių, savarankiškai keliaujančių į užsienį apklausa.