

# Korea – exportní workshop 20.6.

Michal Procházka, ředitel ZZ Korea, CzechTourism

# Aktuální situace v Koreji



# Korea: ekonomické trendy

Čtvrtá největší asijská a 12. celosvětová ekonomika

Zpomalený ekonomický růst: 2022 (2.7%), 2023 (1.5%)

Za 4Q 2023 dokonce pokles -0.4% oproti 3Q

- Trendy: Propad výdajů domácností (0.4%), pokles exportu a klíčových artiklů korejské ekonomiky. **OBAVY Z CELOSVĚTOVÉ RECESE.**
- Dotýká se to střední třídy, mid-segmentu, spotřeby, ale **ne luxusních spotřebitelských artiklů**
- Oživení se očekává v 2023 (2.1%)

Zdroj:  
[https://www.koreatimes.co.kr/www/biz/2023/01/488\\_344250.html](https://www.koreatimes.co.kr/www/biz/2023/01/488_344250.html)

## Korea's GDP growth trend



Source: Bank of Korea

# Korea: turistické trendy

**Obnova** spojení leteckých operátorů a nabídky zájezdů / balíčkových operátorů

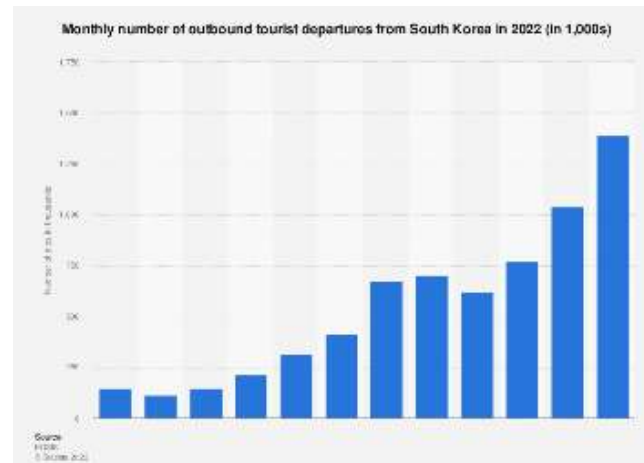
**Inflace postupně klesá** z vysokých čísel roku 2022(5-6%): za květen 2023 – 3.3%

**Fenomén „indulgences“** (v době obav a stresu z rizika celosvětové recese se lidé uchylují k drobným radostem – např. cestování, zatímco šetří v jiných oblastech)

## Cestovní ruch

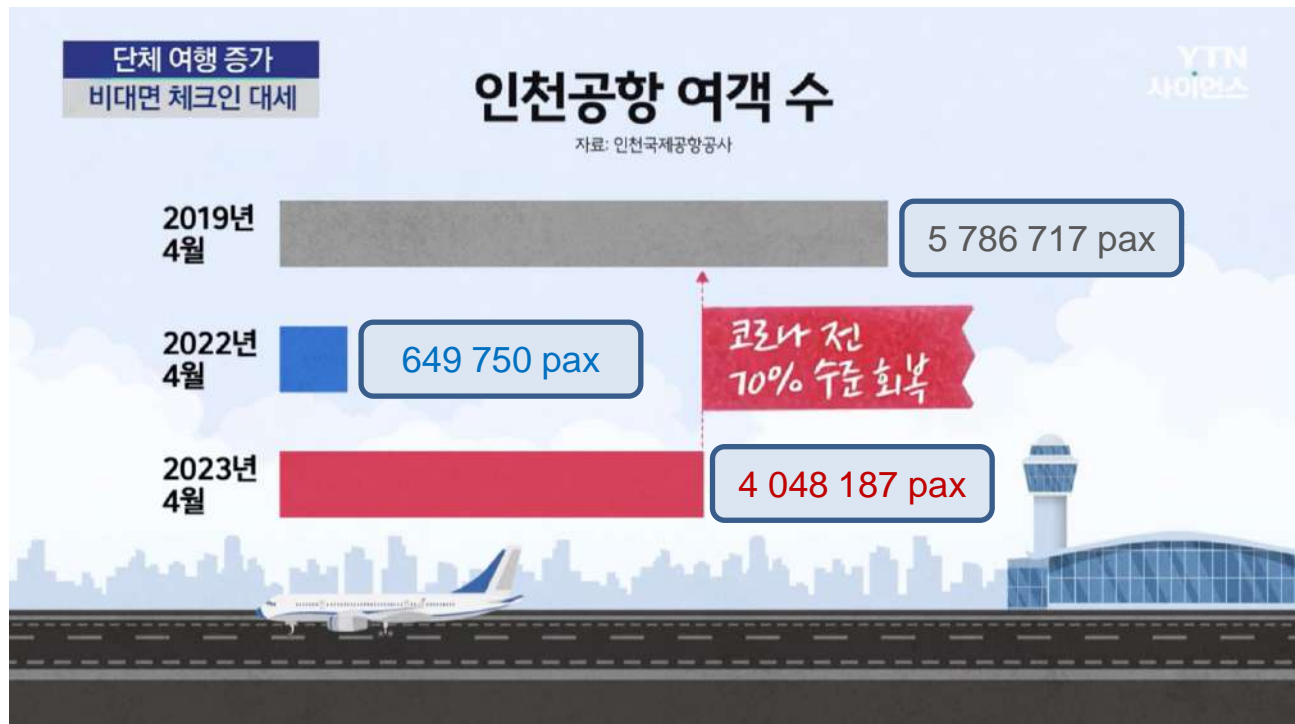
- 2022: 6.5 milionů Korejců vycestovalo do zahraničí (25% z doby před covidem)
- 2023: Rok obnovy cestovního ruchu (**47% Korejců plánuje letos cestovat do zahr.** – průzkum trhu v únoru 2023, nejvíce do SEA, Japonsko, Vietnam)
- Březen 2023: Příjem z cestovního ruchu za měsíc – 1,2 bil USD/ dosavadní rekord je z března 2019 – 2.06 bil USD

Zdroj: <https://the-outbox.com/korean-outbound-tourists-are-willing-to-spend-more/>



Rank	Před COVIDem ('19~'20)	COVID-19 (2021)	Recovery 1Q 2023
1st	Family/relative (34.1%)	Alone (67.4%)	Family/relative (44.2%)
2nd	Friend/couple (24.8%)	Family/relative (16.5%)	Alone (24.8%)
3rd	Alone (24.2%)	Friend/couple (16.5%)	Friend/couple (22.5%)

# Statistika počtu pasažérů z letiště Incheon Airport



\*\* Počet narostl 6 krát ve srovnání s rokem 2022, jsme na 70% doby před 4 lety

# Obnova cestování z Koreje do ČR



# Dynamický trh v Asii

Jedním z prvních dynamických trhů v Asii  
2022: počet korejských turistů v ČR na 20% doby před pandemií  
2023: výhled na obnovu 40-50% trhu v tomto roce

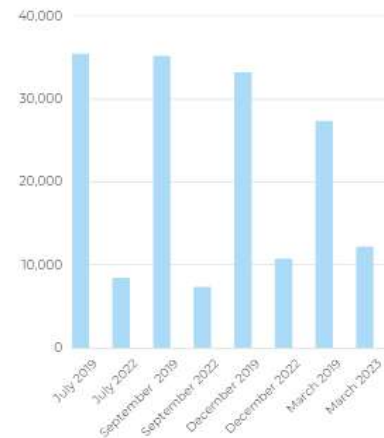
	Zahr. příjezdy 1. čtvrtletí 2023	Zahr. celkem	1602177	
Asijské země	Příjezdy	YOY 2022/2021	Podíl na trhu	Average stay (nights)
Korea	34508	892,46	1%	2,64
Taiwan	21278	3446,38	less than 1%	2,63
China	13522	356,30	less than 1%	2,90
Japan	7911	295,35	less than 1%	3,19



## Recovery korejského trhu

Srovnání aktuálního vývoje s rokem 2019 před pandemií:

Červenec 2019	35,443
Červenec 2022	8,339
Září 2019	35,120
Září 2022	7,311
Prosinec 2019	33,145
Prosinec 2022	10,723
Březen 2019	27,307
Březen 2023	12 147



# Pozice brandu ČR

- Autentický zážitek evropské kultury i životního stylu – Nejbližší evropská země pro Korejce na longhaultu v Evropě
- Dostanete vždy více za co nejlepší cenu
- Korejci se u nás cítí dobře a svobodně.
- Praha – The Most Instagramable City: ROMANTIKA
- Korejci milují pivo a tradiční české jídlo (koleno, zelňačka, bramborák) COMPETITIVE ADVENTAGE
- Typická cílovka – feminin destinace: Ženy, 20-30 let, office workers, **LÍBANKÁŘI, FIT**





# Obnova leteckého spojení od 27. března

**Spojení 3x/ 4x týdně:** Korean Air KE 969, Korean Air KE 970

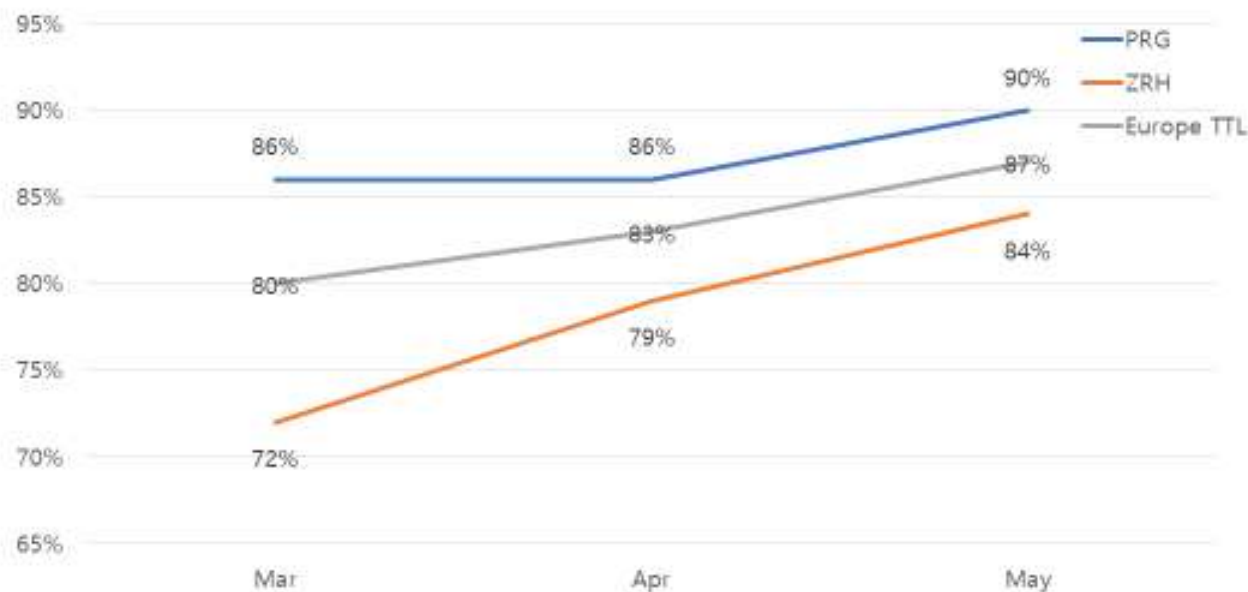
Spolupráce s Koreanaiem na obnovení

- Roadshow Discover Czechia 2023, spolupráce na B2B
- Kampaň na webu KE
- VIP trip s 10 CEO
- Budování nových itinerářů



# Performance přímé linky Koreanairu ze Soulu do Prahy

## Statistika Load Factor



95% cestujících jsou Korejci, (5% Češi), *Zdroj: Koreanair*

Vrací se chuť cestovat /  
Největším problémem zůstává  
**vyšoká cena letenek** na  
longhaul / při vysokém load  
faktoru

**S přímým letem a  
skupinovými alokacemi se  
vrací skupiny:** operátoři,  
budget, vysoké počty, přes  
teleshopping

**Globalní OTA si často  
nedovedou poradit s** kulturní &  
jazykovou bariérou a obtížnou  
lokalizací, personalizací.

**Local leaders** (60 mil  
registrovaných uživatelů mobil.tel.):  
Korejské OTA: Interpark,  
Tidesquare, Yanolja

# Korejský Outbound do ČR 2023

Rozbíhají se **incentivy:**  
velké společnosti, oficiální  
skupiny

Obnovuje se **infrastruktura  
a služby:** vracejí se průvodci,  
korejské agentury v Praze,  
incomingovky atd..

Zůstává **prostor pro  
nové nápady a  
inovativní produkty,  
specialisty** (destinace,  
itineráře, hotely... )

# RECOVERY

# Segmentarizace: Skupinový turisté

- Červen 2023: 17% celkového korejského outboundu (data od Incheon Airport). Cestují ve skupině, protože je to pohodlné, laciné, a neumí dobře anglicky
- **Budget Skupiny cestují na základě ceny – kupují přes TELESHOPPING:**
  - vrací se staré produkty se 3-4 zeměmi,
  - economy hotely, programy, restaurace (10 euro)
  - Více volného času a VOLITELNÉ OPTIONAL PROGRAMY
  - Poptávka po nových destinacích za nízkou cenu
- **Objevují se inovátorské pokusy o vyšší itineráře, specializované produkty pro menší skupiny:**
  - Lepší hotely blíže centra
  - Důraz na zážitek, gastro, nakupování
  - Lepší restaurace,



# Segmentarizace: Honeymoons

- Bonitní segment, korejská tradice, novomanželé chtějí snít o úspěšném životě, jehož plánují dosáhnout
- **Itineráře za romantickým zážitkem**
  - Prague + další město (Paříž, Vídeň, Budapešť), Český Krumlov – Salzburg - Vídeň
  - Rental cars, polosoukromá doprava
  - honeymoons: znamená luxury, pohodlí, ne „se umazat“
- **Co je nezbytné**
  - Romantický hotel (výhled na město), wellness, lepší restaurace
  - Zážitek (5 stars zámecké ubytování atd)
  - Beer spa
  - Shopping
  - INCENTIVA DO MARKETINGU



# Segmentarizace: cestování v páru, s přáteli

- Bonitní segment, cestování jako výraz statutu / generace, která kdysi nemohla cestovat, si dnes může leccos dovolit.
- **Zaběhlé itineráře**
  - Evropská města, lepší hotely
  - Bláznivé itineráře (**rental cars** z Phy do Paříže)
  - Cesty k výročí svatby, absolvování školy atd...
  - Hledají nepoznané destinace, nové aktivity, smart luxury
- **Co je nezbytné**
  - Prostor pro lepší produkty (degustace vína, brewery tour, wellness, zámecké ubytování)
  - Korean friendly: korejské jídlo
  - Shopping



# Segment.: Rodiny s dětmi / matky s dcerami

- Specifický korejský segment: odlišné kulturní chování. Rodina je v Koreji základ všeho a rodinné cesty jsou velmi důležité!
  - Rodiny s malými dětmi, soft leisure se zážitkem pro děti (pohodlná dovolená)
  - Novomanželé s rodiči (více mid-segment)
  - Matky s dcerami (kultura, poznávání)
- **Zaběhlé itineráře**
  - Volnější, důraz na kvalitní hotel, servis, zábavu pro děti, volnější tempo
  - Rezervace přes OTA, známé brandy, DŮVĚRYHODNOST
  - SMART LUXURY: Vyzkoušet si poprvé něco lepšího.
- **Co je nezbytné**
  - Lidé pečlivě studují hotelové recenze, reference, cestují na základě doporučení přátel
  - Bezpečnost, pohodlí, korejský obsah na webu (influenceri)
  - Shopping



# Segmentarizace – 20-30 let FIT

- **Typický profil**

- Mladí lidé 20-30 let, holky, office workers – 20-30 let
- Cestující do ČR, protože zde dostanou více za lepší cenu (ale jsou stále rozumně bonitní a schopní platit vyšší ceny než balíčkáři).
- Korejské AirBnB, 3 stars, cestují busy student agency, vlakem

- **Rozvojové itineráře za dobrodružstvím**

- Základ: Praha – Český Krumlov
- Rádi objevují nové destinace (Brno, Jižní Morava, Olomouc, Českosaské Švýcarsko, Plzeň)
- V Praze fungují korejské laciné agentury, které prodávají FIT produkty (skydiving)

- **Co je nezbytné**

- Spolupráce v místě s korejskými agenturami v Praze
- Nabídnout jednoduchý, komplexní produkt, snadno rezervovatelný přes platformy typu MY REAL TRIP
- Cena / slevové formáty – pozor na copycat
- Spolupráce s korejskými průvodci (5%)





# Seg. Dlouhodobé pobyty

- Cesta na zkušenou
  - Dlouhodobější pobyty, 14 dnů i měsíc
  - Dlouhodobější ubytování, airbnb, apartmány
  - Cílem je zážitek odlišné kultury/ něco se naučit
- **Zaběhlé programy**
  - Městská kultura, káva, restaurace
  - Cestování do okolních zemí (kompetitivní výhoda ČR – vše je blízko)
  - Žít jako locals
- **Co je nezbytné**
  - Realistické ubytování na týden, dva
  - Stojí o nové a nepoznané zážitky
  - Naučit se něco nového (Londýn – floristky, Holandsko – jazykové kurzy)
  - ČR má výhodu poměrem ceny a výkonu



# Aktivní turismus 2024

## Výlet do přírody – Soft Hiking, golf, skydiving

- Cestování po regionech za hrady a zámky
- Hiking tours na 2 hodinové túry
- Rental Cars
- South Moravian Wine Tours,
- Beer Tour
- Skydiving
- Křišťálové údolí





Korea – Exportní workshop

# Aktivita ZZ Korea 2023

# Roadshow Discover Czechia 2023

**Popis:** RECOVERY ROADSHOW (Daegu, Gwangju, Busan, Soul) cílí na B2B partnery, tour operátory a cestovní kanceláře k rozjezdu trhu

**Termín:** 11.-17.3 2023

## Výsledky:

Prezentace pro 200 kr. agentů, navázání postcovidového networkingu pro 17 českých firem v Koreji, prezentace českého obsahu (české speciality, sklo, kosmetika, tradice, hotely, infrastruktura, zázemí) a dvou regionů.

ČR je mezi 6-7 top evropskými trhy

**Náklady:** Financováno z projektu PROPEDu: 500 tisíc CZK



# VIP Trip s Koreanaiem 2023

**Popis:** VIP trip organizovaný v rámci obnoveného přímého leteckého spojení ze Soulu do Prahy

- pro 10 CEO hlavních korejských tour operátorů, cestovních kancelářů a OTA (online travel agency)
- ve spolupráce s Koreanaiem.
- VIP event v Lobkowiczském paláci za účasti podnikatelů, státního tajemníka MZV, Rady Města Prahy, Letiště Praha a dalších partnerů

**Termín:** 27.3.-1.4 2023

**Výsledky:** Přímá prezentace partnerů, hotelů, regionů, infrastruktury turistického ruchu před korejským travel tradem.

Mediální pokrytí. Úspěšný start obnovení linky, která dosáhla během dvou měsíců 90% load faktoru.

**Náklady:** 200 tisíc CZK



# VIP Trip s Koreanaiem 2023



# Kampaň Bohemian Rhapsody 2023

**Popis:** Kampaň s Koreanaiem a Prague City Tourism na webu a sociálních sítích k propagaci Prahy na přímém leteckém spojení – se zapojením partnerského a destinačního obsahu

**Termín:** 20.3-20.5 2023

**Výsledky:** Zásah celkem: 2 024 401

- Landing Page, Socials, DM (newsletter), Application Push KE, Skypass Newsletter, Blind viral marketing, Hyundai Card Members, LMS/Application Push Message
- KE load faktor nad 90% (červen 2023, 10% nad KE průměrem v EU)

**Náklady:** Financováno z projektu PROPEDu: 260 tisíc CZK



# KE Influencer trip

## Projekt s Prague City Tourism a Koreanaiem

Dva influenceři na týden v Praze, Plzni (Prazdroj)  
Prezentace Prague Visitors pass

- [https://www.instagram.com/woon\\_zzi/](https://www.instagram.com/woon_zzi/)
- [https://www.instagram.com/kd\\_juny/](https://www.instagram.com/kd_juny/)

Tiktok style, moderní, krátká videa, projekt stále  
pokračuje...





Korea – Exportní workshop

# Plány na 2024



# Plány na 2024

- Představení velké **GRAND TOUR po ČR** na rental cars s představením kvalitnějšími produkty, hotely **NABÍDKA PRO KOREJSKÉ OPERÁTORY A PARTNERY**.
- **Speciální projekt: Aktivní turismus:** Hiking (TTD) a Golf
- **Influencerská videa:** pokrývání regionů ČR (spolufinancování)
- **Czech Specials Roadshow:** Společná prezentace v rámci kulturních a kulinářských festivalů v Koreji s českým pivem, vínem a dalšími specialitami



# Spolupráce v rámci online

체코관광청 공식 블로그 (한국어):

<https://blog.naver.com/cztseoul>



체코관광청 공식 인스타그램 (한국어):

@visitczechrepublic\_kr

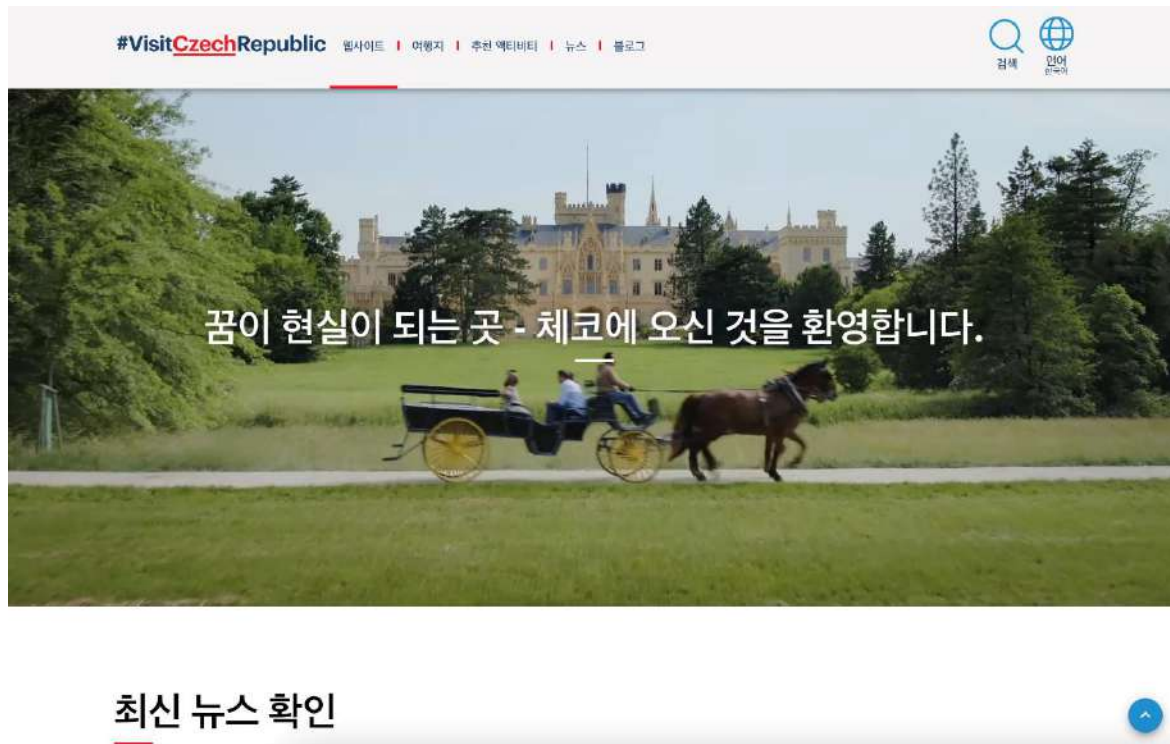
[https://www.instagram.com/visitczechrepublic\\_kr/](https://www.instagram.com/visitczechrepublic_kr/)



# Korejská verze webu czechtourism.com

체코관광청 공식 웹사이트 (한국어):

<https://www.visitczechrepublic.com/ko-KR/>



**Děkuji za  
pozornost!**

Michal Procházka,  
[prochazka.m@czechtourism.com](mailto:prochazka.m@czechtourism.com)

