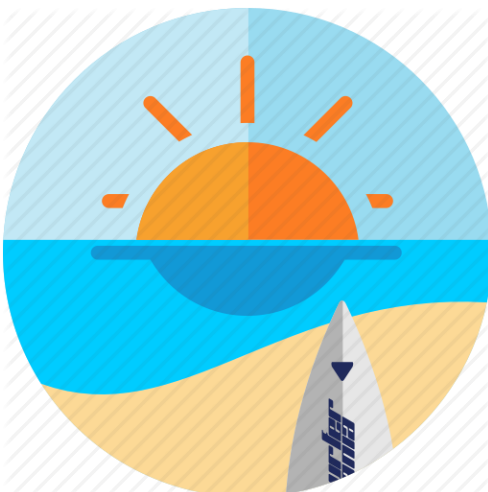


Plaaslike Toerisme Groei Strategie

(PTGS) 2012-2020

Die stand van plaaslike toerisme in Suid-Afrika

- ‡ Die hoeveelheid vakansiereise het drasties afgeneem.
- ‡ VFR bly steeds die hoofrede waarom binnelandse toerisme plaasvind.
- ‡ Gauteng en Kwa-Zulu Natal het die hoogste persentasie van binnelandse toeriste en ontvang die meeste binnelandse toeriste. Redes hiervoor kan mag insluit:
 - * Gauteng is ons besigheidsentra van Suid-Afrika en lok dus baie mense wat vir sakereise in S.A rondreis.
 - * KZN: kusprovinsie – aktiwiteite wat met die see en strand te doen het lok baie mense van regoor die land.



Mees algemene aktiwiteite onder vakansiereisigers (gerangskik van die meeste tot die minste:

Inkopies, sosiale aktiwiteite, natuurlike attraksies, besoeke aan strande en die naglewe.

- ↳ Sowat helfte van die totale aantal plaaslike toeriste wat in stedelike gebiede rondreis, maak gebruik van minibusse as vervoermetode.
- ↳ Die Sho't Left Veldtog se bewustheid onder toeriste het ietwat verlaag, alhoewel televisie die belangrikste en mees effektiefste manier was waardeur Suid-Afrikaners van Sho't Left bewus geraak het. Die naam was verander na Vaya Mzansi maar het nie soveel aandag getrek toe dit Sho't Left was nie en naam is toe met mekaar gekombineer op bemarkingsmateriaal.



- * Doel: Om minder bekende en bekostigbare binnelandse reise onder S.A se burgers se aandag te bring.

Waarom die PTGS??

Probleemstelling van die PTGS:

- ★ Meeste mense het nie die geleentheid om in Suid-Afrika te reis nie:
 - * Kan nie bekostig om met vakansie te gaan of te reis nie.
 - * Het geen rede om te reis nie.
 - * Het nie die tyd om te reis nie.
 - * Geen inkomste / werkloos.
 - * Hou nie van reis nie.
- ★ Daar is 'n gebrek aan reiskultuur onder Suid-Afrikaners, veral voorheen benadeelde Suid-Afrikaners, omdat hul nie die nodige kennis van reis en informasie het nie.
 - * Produktontwikkeling en diversiteit is beperk.
 - * Beperkte bewustheid van geografiese verspreiding en seisoenaliteit.



Visie van die PTGS:

- ★ Om plaaslike toerisme te laat groei vir 'n volhoubare toerisme ekonomie.

Huidige tendense wat toerisme beïnvloed

Tendens	Venuideliking
Mededinging	<ul style="list-style-type: none"> ♥ Diversiteit van produkte ♥ Verbeterde bemarking ♥ Bekostigbaarheid ♥ Toeganklikheid ♥ Voortreflike diens
Ekonomie	<ul style="list-style-type: none"> ♥ Flukturering van ekonomie sal toerisme se aanvraag beïnvloed. Bv verhoging van brandstofpryse en elektrisiteit. ♥ Meeste mense aanvaar toerisme as 'n luuksheid.
Politiek / Regterlik	<ul style="list-style-type: none"> ♥ Politieke stabiliteit beïnvloed reis opsies/keuses en besluite.
Toerisme Markte	<ul style="list-style-type: none"> ♥ Nismarkte en SIT. ♥ Meer en meer gereelde vakansies. ♥ Verhoogde gebruik van nuwe tegnologie. ♥ Lae-koste reise sal die vraag na toerisme beïnvloed.
Tegnologie	<ul style="list-style-type: none"> ♥ Verhoogde gebruik en ontwikkeling van tegnologie. ♥ Innoverende idees rakende vervoermetodes, sal die spoed, gemak en veiligheid van reise beïnvloed. Bv: Gautrein.
Natuurlike Omgewing	<ul style="list-style-type: none"> ♥ Massa-toerisme verlaag nagelang die bewustheid van die negatiewe impak daarvan op die omgewing. ♥ Moontlike impak van natuurlike rampe op reiskultuur. ♥ Probeer meer doeltreffend funksioneer: <ul style="list-style-type: none"> * Groen energie * Verantwoordelike en volhoubare toerisme * Klimaatveranderings (Bv: aardverwarming)
Sosiaal en kultureel	<ul style="list-style-type: none"> ♥ Risiko van siektes en pendemies. ♥ Veroudering sal reis vraag beïnvloed. ♥ Bekommernis oor veiligheid en sekuriteit sal reisbesluitneming beïnvloed.



Die plaaslike bemarkingsveldtog

(Sho't left / Vaya Mzansi)



- ☐ **Die term Sho't Left – beteken: net om die draai.** Met die klem daarop dat Suid-Afrikaners nie noodwendig vêr hoef te reis vir 'n goeie ervaring nie.
- ☐ Bemarking van handelsmerke deur die SAT en provinsies om Suid-Afrikaners te inspireer om te reis deur die volgende te gebruik: "Whatever you are looking for, its here". Hierdie slagspreuk sal gebruik word om verskeie tradisionele media uitsendings en ander digitale verhoë.
- ☐ Om mense te kry om vir ander aanbevelings te maak t.o.v reis en daguitstappies (word of mouth).
- ☐ Dat die toerisme industrie bekostigbare en opwindende pakkette sal saamstel wat mense sal prikkel om te wil reis.
- ☐ Bemarking van geleenthede regoor Suid-Afrika: sportbyeenkomste, musiek-, leefstyl- en kulturele gebeurtenisse of feeste.
- ☐ Direkte verhoudings met verbruikers daar te stel, deur informasie te verskaf en te werk aan publieke verhoudings.

#UBM4

A MILLION NEW EXPERIENCES
ARE A SHO'T LEFT AWAY

www.shotleft.co.za



Inspiring new ways