

KAMPANIA INCREDIBLE INDIA NIE ZACHWYCIŁA



“Incredible India” – pod taką nazwą przeprowadzona została kampania promująca Indie. Niestety okazała się ona kompletnie nietrafiona i zakończyła się porażką. Indie przestały być już bowiem kurą znoszącą złote jaja, a branża turystyczna w tym kraju ma się coraz gorzej.

Indie mają tak ogromny potencjał turystyczny, że trudno nawet szacować ile kraj ten może zyskać na poprawie nastawienia turystów. Jednak jego działania public relations i infrastruktura kompletnie nie współgrają z kampanią promocyjną „Incredible India”, tak naprawdę to ja tylko podważają...

Turystyka stanowi aż 65% dochodu Indii, więc jeśli kraj chce zarabiać musi poprawić swój wizerunek i zachęcić turystów do przyjazdu.

Problemy są widoczne zaraz po przybyciu do Delhi. Żli i zmęczeni pracownicy biura obsługi imigrantów robią nie wiele, by odpowiednio przywitać gości, gdyż są „zawaleni” tonami papierkowej roboty. Taksówkarze zachowują się jak sępy, a po wyjściu z lotniska widoczni są sami żebracy i masa brudu, a to z pewnością nie wpływa pozytywnie na opinie turystów.

Nikt nie twierdzi jednak, że Indie nie są fascynującą mieszanką kultur i religii. Problem w tym, że mieszkańcy nie wiele robią, by poprawiać wizerunek kraju. Indie zamiast promować się wśród miłośników jogi, medytacji i alternatywnych metod leczenia, starają się przyciągnąć każdego kto chętny jest tam wydać przynajmniej odrobinę pieniędzy. Ponadto, **goście wydają się być już zmęczeni dodatkowymi opłatami i wszelkimi innymi trudnościami**, na jakie natrafiają. Indie muszą zatem dokonać ogromnych zmian zarówno w sposobie traktowania turystów, jak i w infrastrukturze kraju.

Date: 2010-11-15

Article link:

<https://www.tourism-review.pl/kampania-incredible-india-okazaa-si-nie-trafiona-news2490>