



# Turizm

# Rehberliđi

## Rehberlik & Teknoloji



Dr. Gntekin ŐimŐek  
KTMU@2020

**DÜNYA DEĞİŞİYOR,  
PAZARLAMA ANLAYIŞI  
DA DEĞİŞMEK  
ZORUNDA...**

# Tourism-as-a-Service: e-tourism

Creating your own touring route



Web Route Guide

Designing your own trip  
Discovering hidden local attractions



Mobile tourism information  
at the destination



Mobile Route Guide

Tourism cloud

Linked Open Data

Opening up tourist information to the private sector

Turning tourism information into open data

Local information, topical information

Information service based on user contributions

# Turizm Endüstrisini Etkileyen Dijital Trendler

 <p><b>Kişiselleştirme</b></p>	 <p><b>Omnichannel Müşteri Deneyimi</b></p>	 <p><b>Veri Odaklı Yaklaşım</b></p>	 <p><b>Mobil Entegrasyon ve Bağlı Olmak</b></p>
 <p><b>Gerçek Zamanlı Pazarlama</b></p>	 <p><b>Yapay Zeka</b></p>	 <p><b>Ortak Ekonomiler ve Platform Yapıları</b></p>	 <p><b>Veri Güvenliği ve Gizlilik</b></p>
 <p><b>Mesajlaşma Platformları ve Chatbotlar</b></p>	 <p><b>Nesnelerin İnterneti</b></p>	 <p><b>Artırılmış ve Sanal Gerçeklik</b></p>	 <p><b>Blockchain</b></p>

2020'ye kadar insansız yönetilecek  
müşteri etkileşimi oranı <sup>(1)</sup>

**%85**



2020 yılına  
kadar, web  
taramasında  
sesli aramanın  
kullanım oranı <sup>(3)</sup>

**%30**



2020 yılında Chatbotların  
firmalar için sağlayacağı  
yıllık toplam maliyet  
tasarrufu <sup>(2)</sup>

**8 milyar \$**



2020 yılı  
itibarıyla  
yapay zekanın  
yaratacağı  
yeni iş fırsatı <sup>(4)</sup>

**2,3 Milyon**



### Barcelona QR Kod Uygulaması

Barcelona'da farklı turistik alanlarda turistlerin akıllı telefonlarını kullanarak bilgi elde edebileceği NFC etiketleri ve QR kodları bulunmaktadır. Bu kodlar ile elde edilen verilerin turist deneyimini geliştirme amacıyla kullanılması planlanmaktadır.<sup>(1)</sup>

## **Barselona – Sagrada Familia Turist Yoğunluk Haritaları**

Barselona' Sagrada Familia'da yeni başlatılan bir çalışma ile turistlerin ziyaret alanındaki yoğunluk haritaları çıkarılmaktadır. Barselona tarafından bu çalışmanın farklı alanlarda (örneğin müzelerde, öğren yerlerinde) uygulanması planlanmaktadır. (2)





## Dubai Token Uygulaması

Dubai Token uygulaması ile turistler farklı mekanları gezerek / alışveriş yaparak mobil uygulama üzerinden Dubai Token kazanabilmektedir. Turistler kazandıkları bu Token'ları anlaşmalı firmalarda harcayabilmektedir. <sup>(3)</sup>

Dubai ayrıca turist deneyimini geliştirecek birçok farklı mobil uygulama geliştirmiştir. (Örneğin Dubai Calendar Uygulaması - Etkinlik rehberi, iDubai - Dubai'ye yönelik sağlık, yemek vb. bilgilerin elde edilmesi amacıyla kullanılan mobil uygulama, RTA Dubai Uygulaması - Mobilite uygulaması) <sup>(4)</sup>

Bu uygulamaların kullanımından elde edilecek veriler ile turist deneyimi anlık olarak takip edilerek deneyimi geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılabilecektir.



Destinasyon envanteri yönetimi turizmde talebi yaratma ve yönetme konusunda önem taşımaktadır. Elindeki destinasyon envanteri büyüklüğü ve çeşitliliğinin farkında olan TUI, bu veriyi daha efektif kullanabilmek adına Seattle bazlı bir yapay zeka şirketi olan Utrip ile birlikte çalışmalara başlamıştır. Bu çalışma doğrultusunda Utrip'in yapay zeka altyapısı Tripadvisor, Yelp gibi büyük kaynaklarda birçok destinasyonla ilgili paylaşılmış yorum ve bilgileri TUI destinasyonları ile eşleştirerek TUI kullanıcılarına odaklı, özelleştirilmiş ve tercihlerine en uygun seyahat noktalarını önerme fırsatı sunmaktadır. TUI bu sayede müşterilerine kendileri için en uygun olan opsiyonları kendi davranış ve tercihlerine göre sunarken, bir yandan da müşterilerin karar verme süresini kısaltmaktadır.



**TUI,  
Yapay zeka ile  
destinasyonlarla  
müşterileri  
eşleştirme**

Pazarlama faaliyetlerinin optimize edilmesinin yanı sıra analitik ile hizmet farklılaştırma ve yeni iş modelleri oluşturma mümkün hale gelmektedir. Örneğin, çevrim içi seyahat acentalarından Kayak, tahminleyici analitik modelleme ve sesli komut yetkinliklerini birleştirerek Amazon Alexa üzerinden sesle binlerce seçenek arasında otel, uçuş bulmayı ve rezervasyon yapmayı müşterileri için mümkün kılmıştır.<sup>(3)</sup>



**KAYAK Explore**

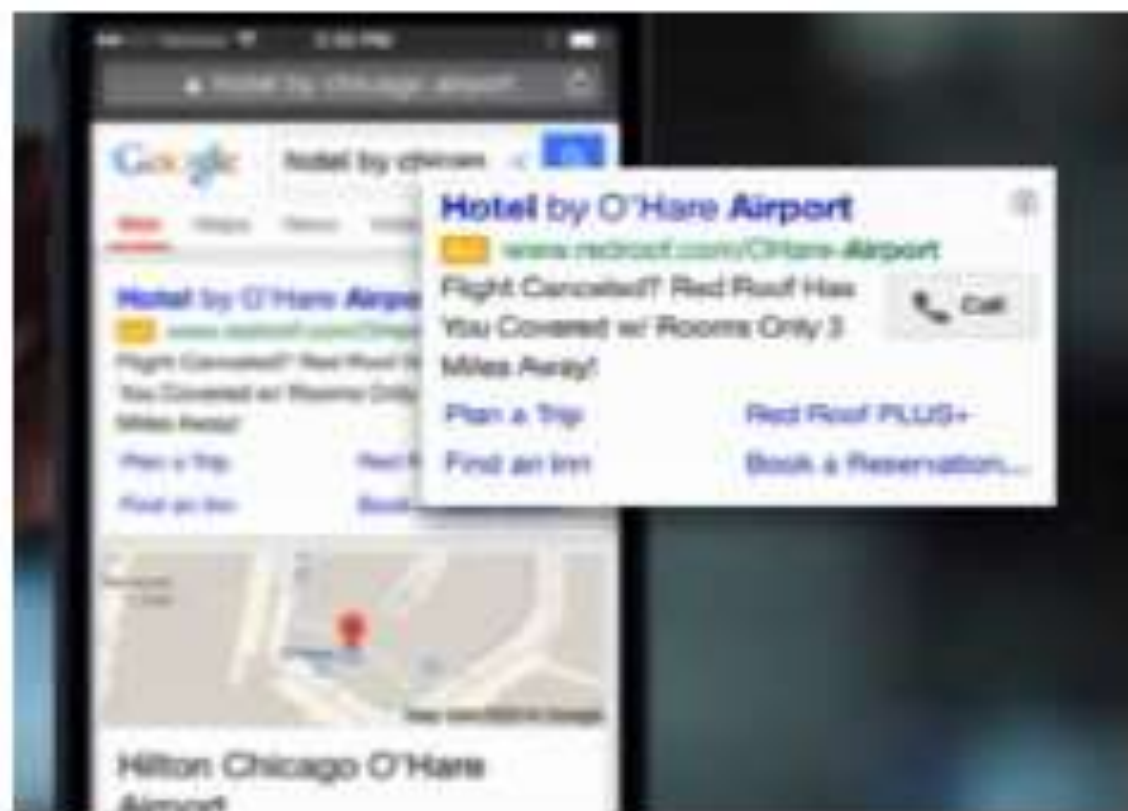
## Citizen M – Ziyaretçi verileri analizi ile mavi okyanus

Bununla birlikte, Citizen M otelleri sadece kendi ziyaretçi verilerini inceleyerek kendileri için çok önemli bir müşteri profili keşfetmiş ve elde ettikleri bu içgörü ile otelcilik sektöründe oda tasarımı, hizmetlerin farklılaştırılması ile kendi mavi okyanuslarını oluşturmuşlardır.<sup>(2)</sup>

CitizenM says:

we know how  
you like to sleep.  
we know you  
like free movies.  
we know what  
you like to eat.  
no, we've  
not hacked  
your phone.





**Red Roof  
Inn, İptal  
uçuşların  
gerçek  
zamanlı  
analizi ile  
mobil  
arama  
reklamları**

Don't let travel planning drive you nuts

[Flights](#)[Hotels](#)[Cars](#) Roundtrip  One-Way  Multi-City

Search thousands of flight options instantly

### Take the work out of planning your next trip



#### Let us handle the searching

Hipmunk scours top travel sites and compares thousands of options in seconds—including major airlines, hotels and booking sites—so you don't have to.



#### Get results that won't drive you nuts

Easily see which flights work best with your schedule, and view hotels on a map to plan around meetings or activities.



#### Know exactly what you're getting

Only Hipmunk shows everything that's included with each booking option, so you can be confident that you're always making the best decisions for your trip.

Search major airlines, hotels, and other top travel sites

[American Airlines](#)[UNITED](#)[AVIS](#)[priceline.com](#)

**Kişiselleştirilmiş öneriler üretmek için takvim ve e-posta bilgilerini kullanan sanal seyahat acentası**

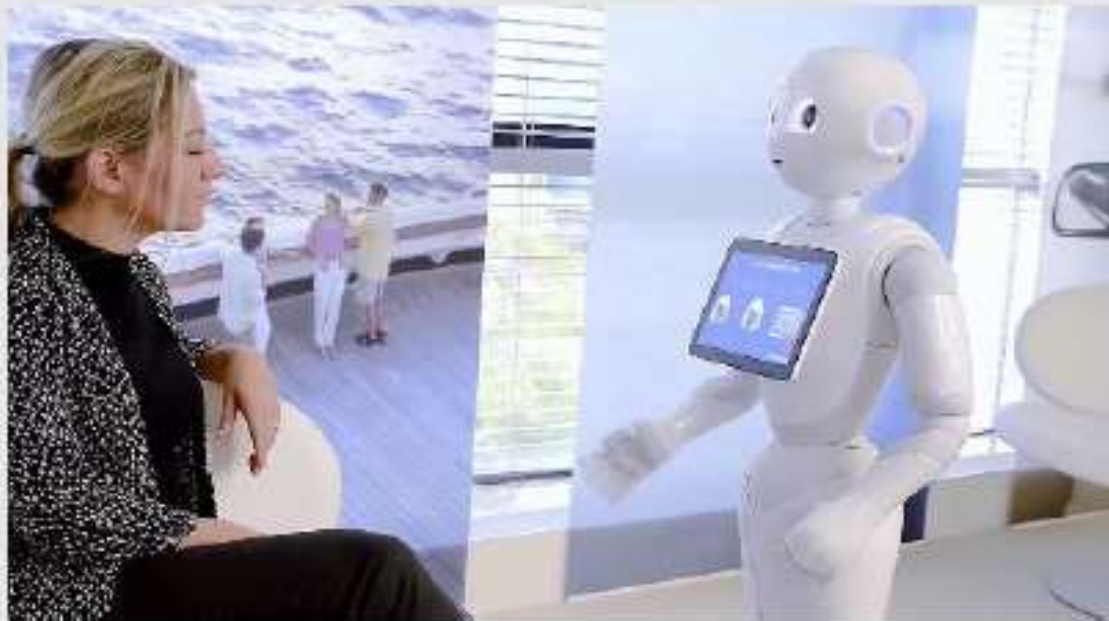
## Sınır Robotu (3)

*Sınır geçişlerinde turistlerin biyometrik bilgilerinden tanınması, pasaport bilgilerinin işlenmesi*



## Amadeus Robot Seyahat Acentası (4)

*Acenta içerisinde bekleme alanında müşterilerin seyahat beklentilerini anlamak için önerilerin geliştirilmesi*



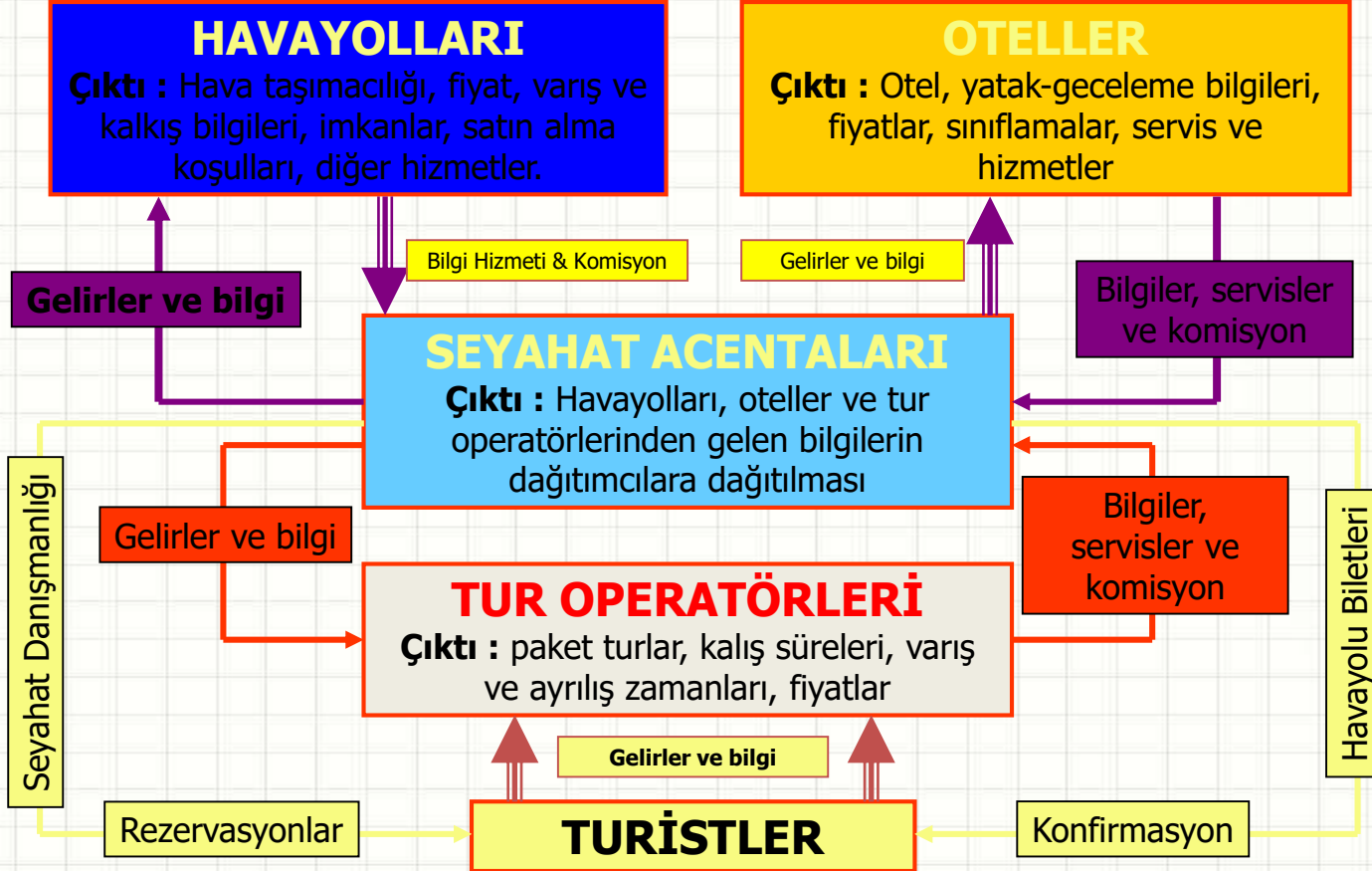
## Henn na Hotel Tokyo Resepsiyonist Robot (4)

*Resepsiyon işlemlerinin (check in/out, sıkça sorulan sorular vb.) robotlar ile gerçekleştirilmesi*






# Turizm Endüstrisinde Bilginin Yeri




**Turizm olayının  
kabul gören  
tanımlarından biri.**

**Turizm insanların sürekli  
oturdukları...**




**Dünyada boş zamanın artması,  
ekonomik refah düzeyinin yükselmesi  
insanları seyahat etmeye ve dolayısıyla  
turizme katılmaya yönlendirmiştir.**




**21. yüzyıla girerken  
telekomünikasyon ve  
enformasyonun yanı sıra  
dünyanın **üç ana hizmet**  
sektörü arasındadır.**




# **Tarih Boyunca Seyahatler ve Nedenleri**



Seyahatler insanlık tarihinde oldukça eski geçmişe dayanır. İlk dönemlerde yapılan seyahatler günümüzdekilerden anlam ve amaç açısından farklıdır.




Önceleri seyahat zorluk, güç koşullar, sıkıntı anlamında iken günümüzde seyahat zevk ve keyif sözcüğünü çağrıştırmaya başlamıştır.




Eski çağların herhangi  
bir **seyahat rotasını**  
günümüz koşullarıyla  
karşılaştırmak mümkün  
değildir.




İnsanlık tarih boyunca **ticaret** (kervanlar, develerle ulaşım), **zevk** (Yunanlıların olimpiyatlara katılması), **su arayışı**, sağlık (sıcak su kaynağı, tedavi edici), **fetih**, **göç**, **mevsim koşulları**, **vatan arayışı**, **din** (Mekke-Kudüs) faktörü gibi çeşitli amaçlar ve uzaklara gitme isteğiyle seyahat etmiştir.



İnsanlar yüzyıllar boyunca yaratılışlarındaki hareketlilikten, **öğrenme isteklerinden, yeni şeyler arama** gibi pek çok farklı sebepten bireysel ve toplu seyahatler yapmışlardır.



Günümüzün turizm hareketleri ilk olarak **1811'de lokomotifin bulunması** ve **buharlı gemilerin** ulaştırmada kullanılmasıyla başlamıştır.



Gelişen teknoloji sayesinde  
mesafeler kısalmış ve ucuz  
seyahat olanakları  
doğmuştur.

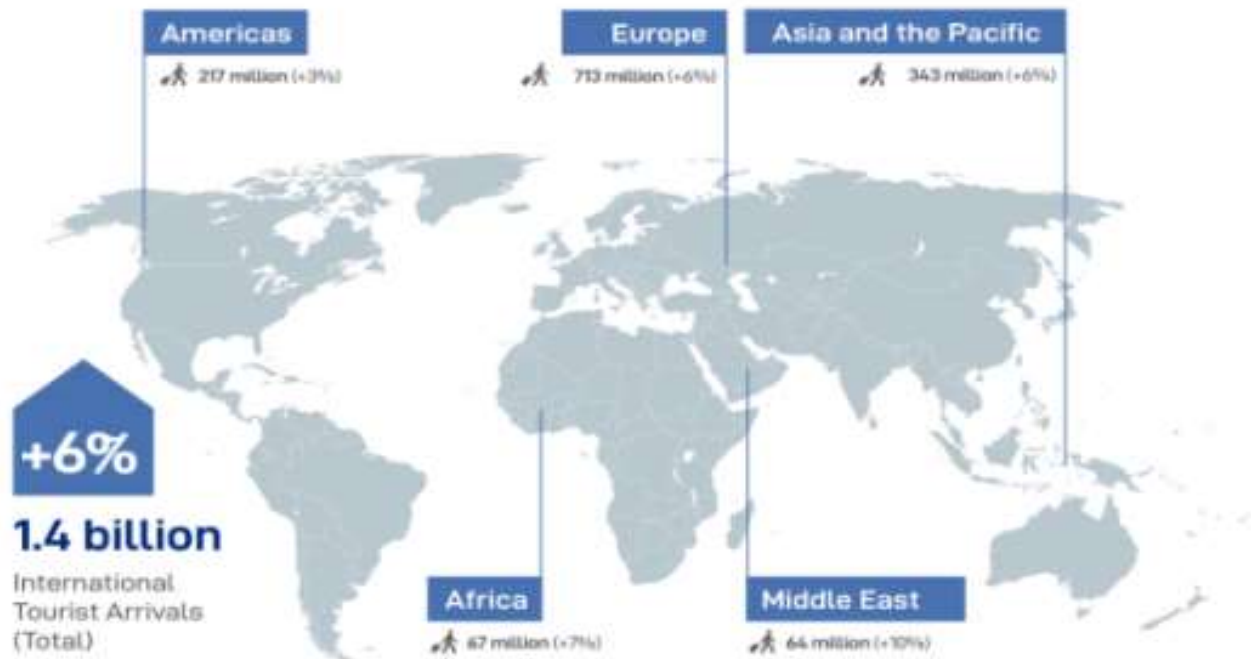




# **Dünyadaki Turizm Hareketlerinin Nedenleri**

- ***Dünyanın, özellikle Avrupa ülkelerinin nüfusunun artması***
- ***Sanayileşmiş ülkelerin refah düzeyinin artması***
- ***Ulaştırmada hız konfor ve ucuzluğun sağlanması***
- ***Reklam ve propaganda***
- ***Konaklama alternatiflerinin uygun ve çeşitli olması (kamp, pansiyon, tatil köyü)***
- ***İnsanın üzerindeki baskı ve stresten arınma isteği***
- ***Deniz ve güneşin talep unsuru haline gelmesi***
- ***Turistlere kredili ve taksitli seyahat imkanının sağlanması***
- ***3S → 3E (Education, Entertainment, Excitement)***

# International Tourist Arrivals 2018





# 2019 TOURISM RESULTS

ANOTHER YEAR OF GROWTH

**1.5 BILLION**  
INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS

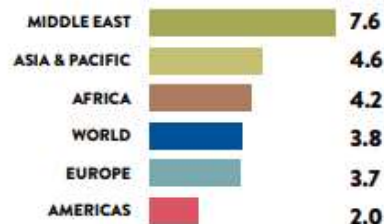
**+4% CHANGE**

**4 MILLION**  
ARRIVALS PER DAY



## MIDDLE EAST LED GROWTH IN 2019

CHANGE BY REGION (%)



## 2020 OUTLOOK

**+3% to +4%**

UNWTO GLOBAL FORECAST FOR INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS IN 2020

**47%**

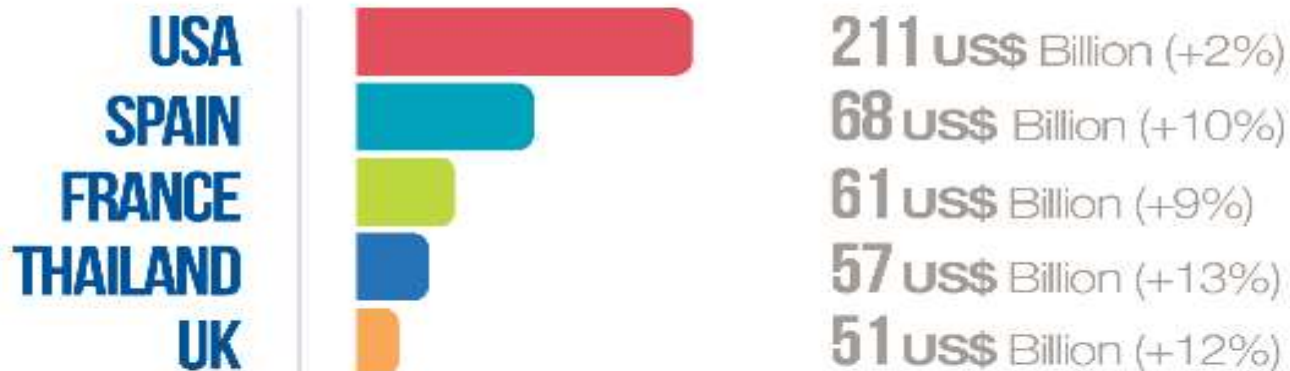
OF PARTICIPANTS OF THE UNWTO CONFIDENCE INDEX THINK THAT 2020 WILL BE BETTER OR MUCH BETTER THAN 2019. 43% EXPECT NO CHANGE

# WORLD'S TOP TOURISM ARRIVALS 2017

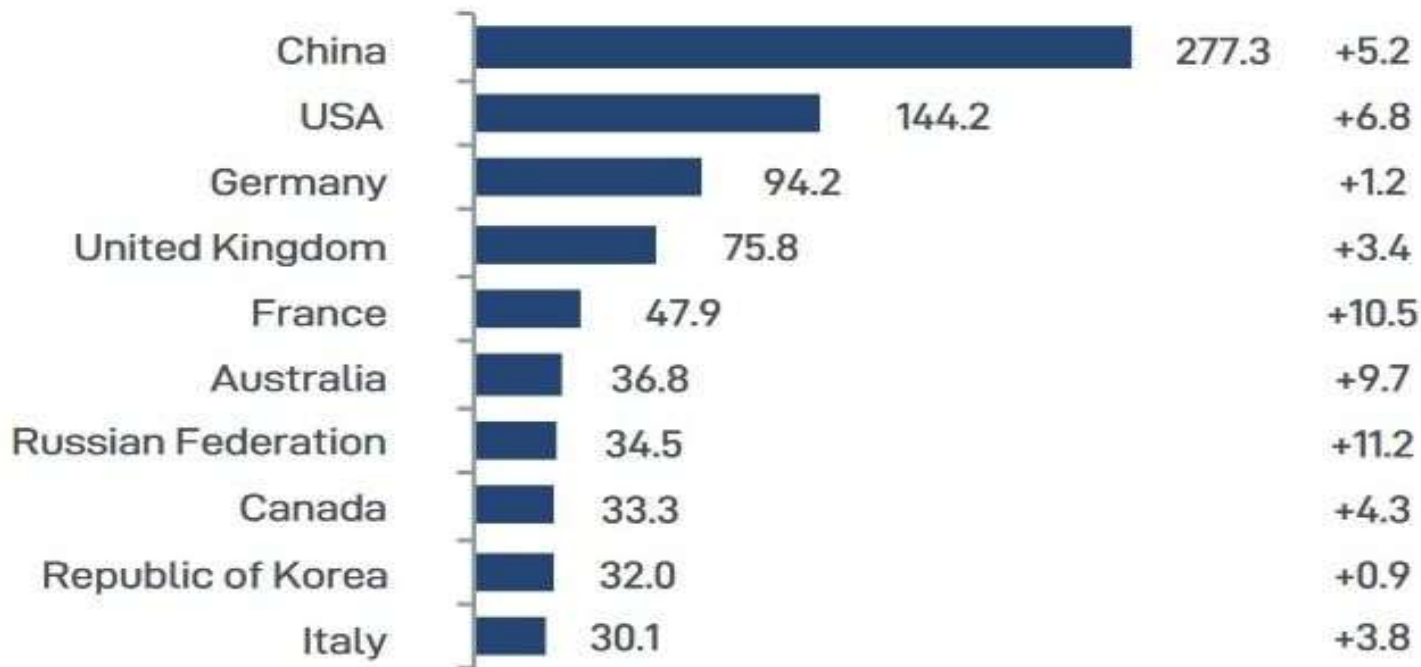


<sup>1</sup> Arrival data for the United States refers to 2016, while the growth rate refers to the first 9 months of 2017 only as data for full year is not yet available.

## WORLD'S TOP TOURISM EARNERS 2017



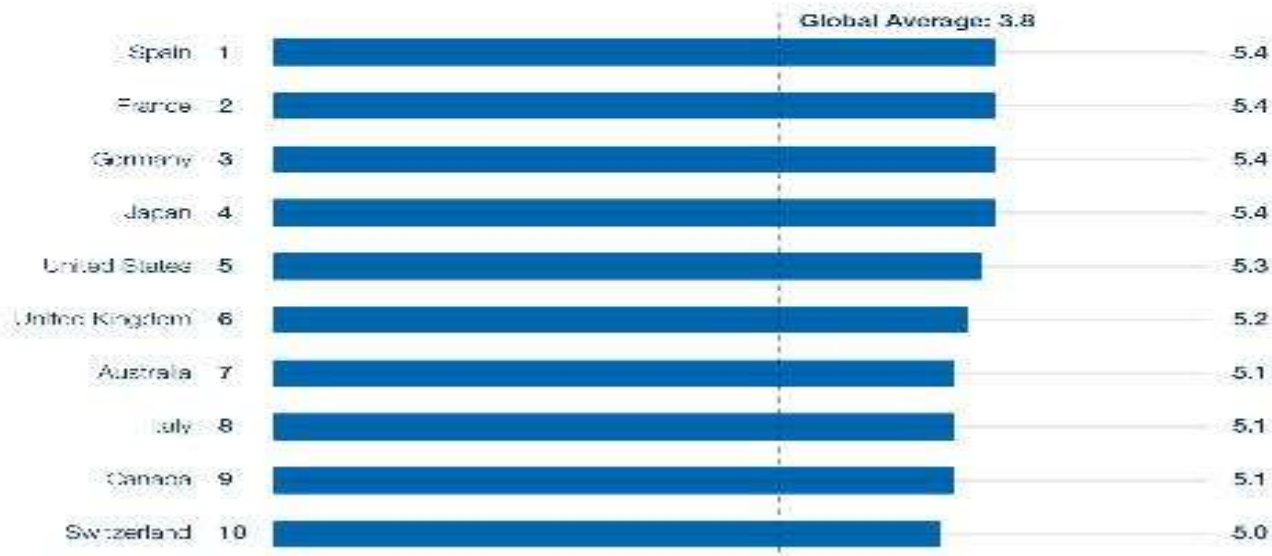
## Top Spenders 2018 (US\$ billion and % change)



# TOP 10

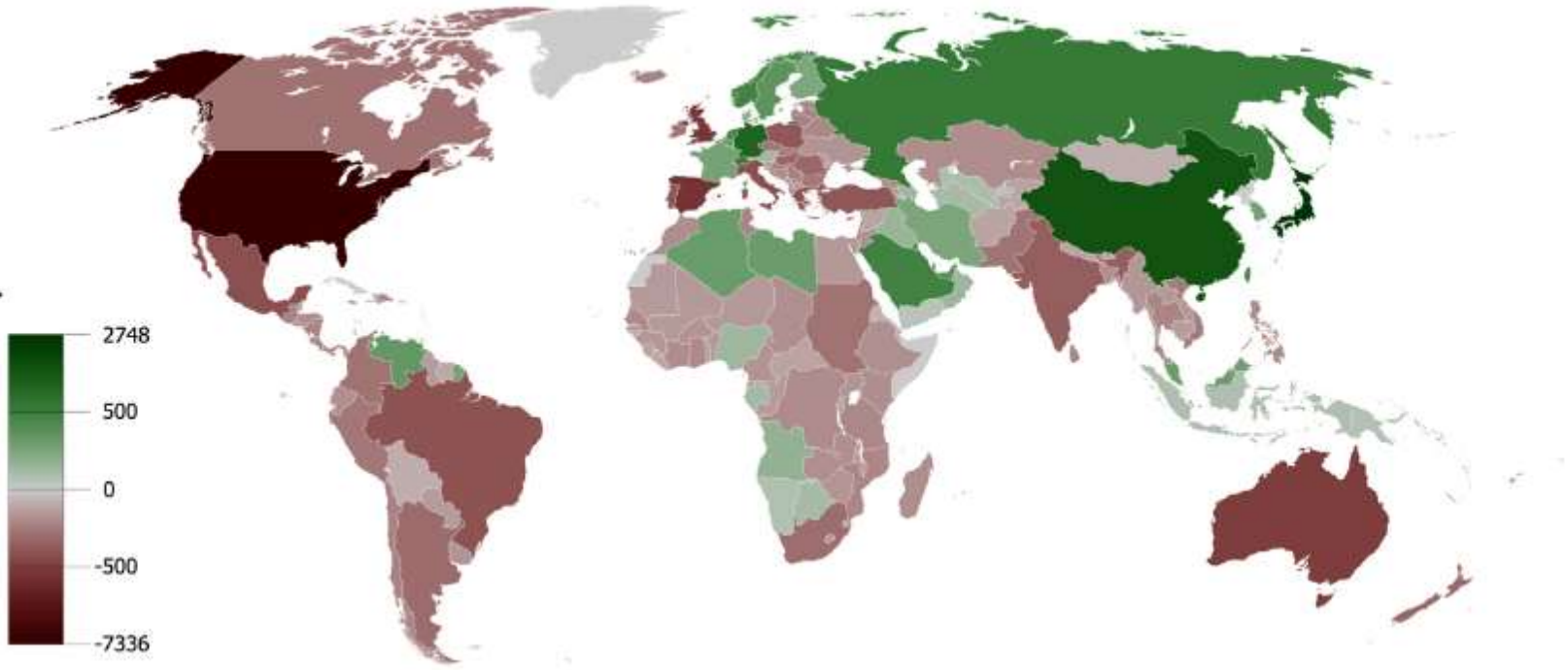
## Competitive Countries in Travel and Tourism

Travel & Tourism Competitiveness Report 2019



# FAYDASI NE !!

**Turizm, yarattığı katma değer ile *cari açığın azalmasına* büyük katkı sağlamaktadır.**



[https://tr.wikipedia.org/wiki/Cari\\_denge#/media/Dosya:Cumulative\\_Current\\_Account\\_Balance.png](https://tr.wikipedia.org/wiki/Cari_denge#/media/Dosya:Cumulative_Current_Account_Balance.png)

**Uluslararası turizm hareketlerinin artması sonucu ülkeler turizm endüstrisinden *daha fazla pay almak* ve turizm hareketlerini *kendi ülkelerine çekmek* amacıyla çeşitli çalışmalar yapmaktadır.**



Bugün tüm dünyada  
turizmi, *tatil turizmi*  
*kimliğinden* kurtarma  
çabası var. (3E)

Denizlerden içerilere doğru taşıyan, dört mevsime yayan ve doğayı ana malzeme olarak kullanarak *tahrip etmeyen turizm* türü arayışı ve hayata geçirilmesi çabaları mevcuttur.

**Bu konuda en önemli görevlerden biri de profesyonel turist rehberlerine düşmektedir.**

**Peki «REHBER»  
kimdir ve turizmle  
ne tür bir ilişkisi  
vardır?**


**Turist rehberleri ülkelerine gelen turistin tatilinden tatmin sağlaması, ülkeye tekrar gelmesi ve müşteri sadakati sağlanması konusunda oldukça etkili olmaktadır.**

Rehberler sadece  
**kendilerini**, kendi insanını  
tanıtmakla kalmayıp  
**ülkesini** de en iyi şekilde  
**temsil eden** aracı kişiler  
konumundadırlar.

**Turist rehberleri;  
iřletme, b3lge ve hatta  
3lke imajınının  
geliřmesine b3y3k  
katkı sağlamaktadır.**

**Bu nedenle turist rehberleri bilgi ve beceri düzeyleri yüksek, ülkesini en iyi şekilde anlatabilecek durumda olmalıdır.**





**Bu açıdan ele alındığında turist rehberlerinin rehberlik eğitimi, sorumlulukları ve görevleri, sahip olmaları gereken özellikleri büyük önem taşımaktadır.**

**İşte bu derste ülkelerimizi ziyaret eden yerli ve yabancı konuklara ülkemizin en iyi şekilde tanıtılması görevini üstlenmiş olan profesyonel turist rehberlerinin ne iş yaptığı, iyi turist rehberi olmanın yolları ve rehberlik mesleği ile ilgili yasal mevzuat hakkında gerekli olan öz bilgilerin verilmesi amaçlanmıştır.**

Ülkelerimizin yerli ve yabancı konuklara en iyi şekilde tanıtabilmeleri turist rehberlerinin kendilerini **en iyi şekilde yetiştirilmeleriyle** mümkün olacaktır.

**En az iki yabancı dili en iyi şekilde konuşabilen, tarihi, kültürel ve sanatsal değerlerimizi çok iyi bilen rehberler sayesinde Kırgız turizmi daha da gelişecek ülkeye bir döviz girdisi sağlamanın yanı sıra uygar ülkeler içerisindeki yeri daha da güçlenecektir.**