

Travelplaner

Koncepcja serwisu internetowego

prezentacja i pomysł przedstawiony na innowatorium 01.02.2007

autor: Marek Słowiński

markowy.net



<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/pl/>

Cele

- ❑ Stworzenie serwisu internetowego który z jednej strony będzie wspomagała planowanie podróży, z drugiej strony będzie stałym towarzyszem podróży.
- ❑ Umożliwienie podróżnikom dzielenie się wiedzą praktyczną na temat wjazdów, wycieczek, wypraw.
- ❑ Stworzenie serwisu internetowego zarabiającego na swoje utrzymanie.

Funkcjonalności serwisu

Notatnik składający się z wielu tras

Główny element serwisu, pozwoli użytkownikowi na zaplanowanie trasy wyjazdu. Trasa opisana w notatniku będzie tworzyć mini przewodnik, z którego można skorzystać niezależnie od miejsca pobytu (dostęp przez internet, w przyszłości wersja na telefon komórkowy).

Trasy użytkowników będą tworzyć główną zawartość serwisu

Każdy z użytkowników serwisu może przeglądać trasy innych. Może też wydrukować wybraną trasę (o ile będzie ona publiczna, a domyślnie tak). Tym samym otrzyma papierową wersję personalizowanego przewodnika turystycznego.

Interakcje pomiędzy użytkownikami

Użytkownicy będą mogli wybrane trasy dodawać do „ulubionych”, a swoje opinie na ich temat wyrażać poprzez komentarze i oceny do tras. Będą mogli też tworzyć wspólne trasy (wspólne planowanie wyjazdu - praca grupowa nad wybraną trasą). Dodatkowo dyskusje na forum.

Treści turystyczne

Kontent turystyczny wprowadzany przez redakcję serwisu oraz tworzony przez agregację treści pochodzących z notatników użytkowników (katalog państw – lista tras w podziale na państwa, pomysł na wyjazd – ranking najlepiej ocenionych tras).

Narzędzia dostępne on-line

Wyszukiwarka hoteli, wyszukiwarka ofert turystycznych (wyprawy), bezpieczne pliki (skan wizy itp.), travelblog (trasa z rozszerzonym opisem w formie bloga).

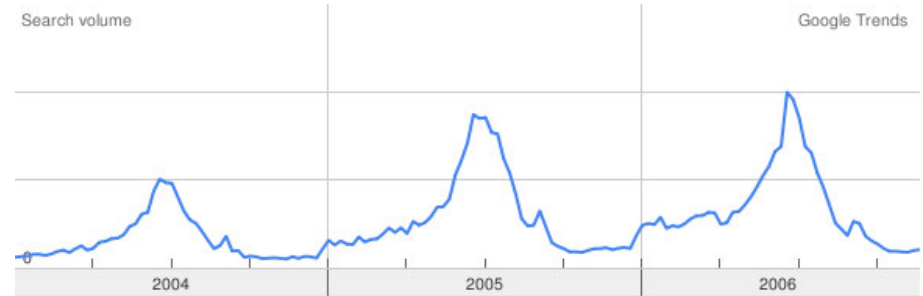
Kto może być użytkownikiem?

Użytkownikami serwisu mogą być wszyscy internauci poszukujący informacji na temat samodzielnego podróżowania

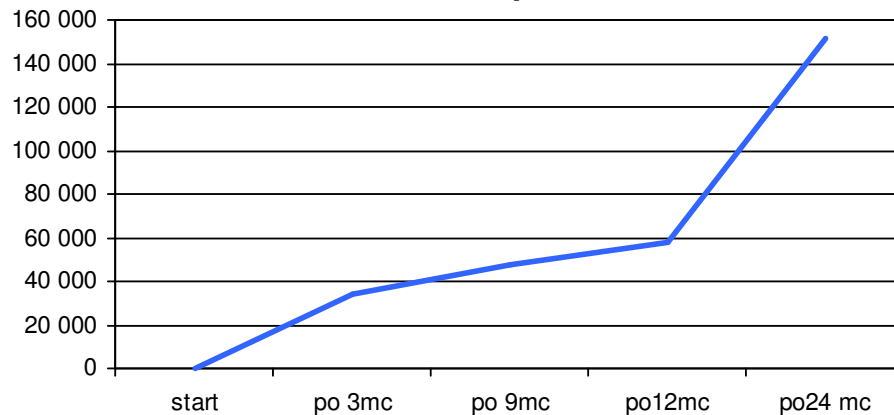
Serwis skierowany będzie do

- podróżników organizujących wyjazdy „na własną rękę”
- amatorów niekonwencjonalnych wyjazdów – wypraw

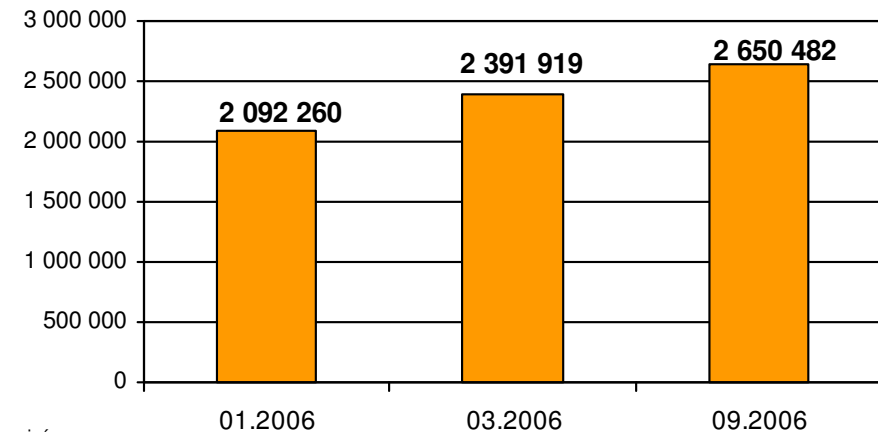
Google Trends dla hasła wakacje



Szacunkowy wzrost liczby użytkowników serwisu travelplaner



Użytkownicy (real users) wybranych serwisów turystycznych



Źródło: dane do wykresów i szacunków pochodzą z badania Gemius Megapanel PBI za okres I-IX.2006 dla serwisów Onet.pl/turystyka, Wirtualna Polska/turystyka, Interia.pl/turystyka, Gazeta.pl/turystyka, odyssey.pl, swiatpodrozy.pl, geozeta.pl, globtroter.pl

Z analizy ruchu na konkurencyjnych serwisach turystycznych można wnioskować, że treści turystyczne (relacje i opisy wyjazdów) cieszą się sporym zainteresowaniem. Serwisy te odwiedza obecnie ponad 2,5 mln internautów miesięcznie. Widać też stały trend wzrostu odwiedzin – choć jest on uzależniony od tradycyjnych okresów wyjazdów (zimą mniejsze zainteresowanie, latem większe).

Przewaga konkurencyjna

- ❑ **Wprowadzenie usług jakich nie oferuje żaden polski serwis turystyczny – podróżniczy:** notatnik - tavel planer połączony z galerią zdjęć, internetowa mapa podróży, bezpieczny dysk, wyszukiwarka i porównywarka ofert wypraw turystycznych. Tego typu narzędzia internetowe są dostępne w różnych serwisach, ale ich przeznaczenie jest często inne. Skupienie ich w jednym serwisie pozwoli na wykorzystanie efektu synergii tych funkcjonalności w celu dostarczania informacji i wartości nie tylko dla osób wybierających się w podróż, ale również dla tych które są w podróży.
- ❑ **Budowa serwisu w oparciu o treści wprowadzane przez użytkowników** zgodnie z (modnym!) trendem Web 2.0. Tym samym serwis będzie dostarczał informacji tworzony przez podróżników dla podróżników w otoczeniu „chmury tagów”. Użytkownicy tworzący własne trasy podróży będą mogli dzielić się z innymi informacjami praktycznymi, często bardzo unikalnymi. Najlepsze informacje mogą stać się treścią papierowego przewodnika – książki generowanej przez czytelników.
- ❑ **Niekonwencjonalne formy reklamy** – agencje turystyczne tworząc własne trasy mogą traktować je jako formę reklamy.
- ❑ **Możliwość popularyzacji serwisu przez zaproponowanie narzędzi dla wypraw** turystycznych i współpracę z nimi przy prowadzeniu sub-serwisów wyprawowych (obsługa wyprawy w internecie).

Model biznesowy

	Travelplaner Serws bezpłatny
Funkcjonalności	<ul style="list-style-type: none">▪ Możliwość planowania wyjazdów i tworzenia indywidualnych lub grupowych tras podróży.▪ Dostęp do informacji praktycznych na temat podróży udostępnionych przez innych użytkowników.▪ Możliwość oceniania, komentowania i dyskusji.▪ Możliwość korzystania z narzędzi online – wyszukanie i rezerwacja hoteli, wyszukanie propozycji wyjazdów.
Źródła przychodów	<ul style="list-style-type: none">▪ Reklama kontekstowa - nie koniecznie google adwords, raczej wykorzystanie tras jako niestandardowej oferty reklamowej przez biura podróży, hotele.▪ Programy afiliacyjne - księgarnia, sklep ze sprzętem turystycznym, rezerwacja hoteli.▪ Działalność wydawnicza - wydanie przewodnika (lub serii przewodników) zawierającego trasy wprowadzone przez użytkowników – chcemy zapłacić najlepszym za ich pracę

Co dalej?

- ❑ **budowa serwisu przez podróżujących dla podróżujących**