

EMITT, Etkinlikleri ile Türk Turizminin Geleceğine Işık Tutuyor

Latin Amerika'dan Uzak Doğu'ya kadar 30 farklı ülkeden 600'e yakın katılımcı turizm potansiyelini sergilemek için EMITT Turizm Fuarı'nda yerini aldı.

Dünyanın en büyük beş turizm fuarından biri olan **EMITT**; sektör stratejisini desteklemek, bilgi alışverişi sağlamak, inovasyonu teşvik etmek için sektörün yanında yer almaya devam ediyor. Fuar, bu yıl da turizme hizmet veren kamu kurumları-özel sektör-akademi tarafları arasında etkileşim yaratmak, yeni fikirlerin tanıtılmasına katkıda bulunmak adına iş geliştirmeye yönelik etkinliklerle sektörün nabzını tutuyor. EMITT'te ülkeler, kuracakları stantlarda, coğrafi özelliklerini, tarihsel ve kültürel öğelerini ve yemeklerini tanıtarak ziyaretçilere renkli bir fuar deneyimi yaşıyor.

Fuarın ikinci günündeki etkinlikler kapsamında; **'Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi'**, **'İhracat Stratejisinde Sağlık Turizmi Planı'**, **'Destinasyonları Klişelerin Ötesine Geçiren Influencer Stratejileri'** ve **'Sektörün Yükselen Güçleri: Eko-Agro-Gastro Turizm'** başlıklı konular sektör temsilcileri tarafından masaya yatırıldı.

Destinasyonları Klişelerin Ötesine Geçiren Influencer Stratejileri

Moderatörlüğünü **Gezimanya Kurucu Ortağı Murat Zafer Özbilgi**'nin yaptığı **"Destinasyonları Klişelerin Ötesine Geçiren Influencer Stratejileri"** başlıklı oturumun konuşmacıları arasında;

Dijital İçerik Üreticisi ve Girişimci Harjinder Singh Kukreja, **Girişimci, Seyahat Blog Yazarı, Konaklama Pazarlama Uzmanı Havva Safarova**, **IGA Dijital Medya Müdürü Mertcan Tanaydın**, **Öykünün Öyküleri Dijital İçerik Üreticisi ve Sosyal Medya Danışmanı Öykü Yalçın** yer aldı.

İstanbul ve Türkiye pazarlamasının stratejik hedefleri arasında olduğunu belirterek sözlerine başlayan **IGA Dijital Medya Müdürü Mertcan Tanaydın**, "İstanbul ve Türkiye'nin pazarlaması için yaptıkları çalışmalarda Influencerlarla önemli iş birlikleri yaptıklarının altını çizdi. **Tanaydın**, "Hiç şüphesiz Influencerlar içerik pazarlamasında bir yayıncı. Influencerlar bizim önemli partnerlerimiz arasında yer alıyor. Ülke ve pazar odaklı çalıştığımız Influencer grupları var. Ama biz bunun biraz daha kullanıcı özelinde karşılığının bulunması gerektiğine inanıyoruz. Bir marka ile hedef kitlenin buluşmasında Influencerlar köprü görevi görüyor. Ama topluluğun büyüklüğünden çok niteliği önemli. Sizin ne söyleyeceğiniz ile nasıl anlatacağınız burada büyük önem arz ederken, verilmek istenen mesajın hedef kitle özelinde anlaşılabilir, daha sade ve nokta atışı bir iletişim tarzı ile verilmesi gerekiyor" dedi.

Öykünün Öyküleri Dijital İçerik Üreticisi ve Sosyal Medya Danışmanı Öykü Yalçın, "Bir firmayla çalıştığımda yaptığım işin sorumluluğunu almayı isterim. Bu işin doğrusu yanlış kişinin çalışma disiplini

göre değişebilir. Çalıştığım Őirketler bana çalışma kolaylığı sağladığında, sorumluluk alarak çalıştığımda daha güzel daha yaratıcı işlerin ortaya çıktığını gördüm” dedi.

Dijital İçerik reticisi ve Girişimci Harjinder Singh Kukreja, “Türkiye Hindistan gibi; İstanbul’a gittiğinizde sadece çok azını görmüş olursunuz. Bir ülkenin kısa zamanda kültürünü anlayamazsınız. Tekrar gitmeniz gerekiyor. Orayı tanımak için emek vermelisiniz. Türkiye hakkında çok az Őey biliyoruz. Burada çok fazla destinasyon var, bu sebeple büyük bir potansiyeli var” açıklamasında bulundu.

Girişimci, Seyahat Blog Yazarı, Konaklama Pazarlama Uzmanı Havva Safarova, “Influencerlar ilk başta eğlenerek gezen kişilerdi fakat son 3-4 sene içerisinde içerik üreticileri olarak ortaya çıkmaya başladı. 5 sene öncesinde bir meknı paylaştığımda insanların oraya gitmesi yeterliyken, Őu anda bir video paylaştığımda o meknla ilgili bilgi de paylaşmak zorundayım. Buradan anlıyoruz ki hızlı tketicimin bunda etkisi büyük. TikTok ve Instagram’da Google’dan bile daha fazla arama yapılmaya başlandı. TikTok ve Instagram arama motoruna dönüştü. Bu işin özelinde ilk başlarda Őirket Influencer bağlantısı vardı ama Őimdi Őirket Influencer ve izleyici tarafı var. Influencer olarak videolarıma gelen yorumlara çok dikkat ediyorum ve kitlemi çok önemsiyorum” dedi.

Sektörün Yükselen Gleri: Eko-Agro-Gastro Turizm

Fuarın ikinci günündeki son oturum **NY&Co Uluslararası Konaklama ve Turizm Danışmanlığı Kurucu ve CEO Nermin Yurtoğlu**’nun moderatörlüğünde gerçekleşti. “**Sektörün Yükselen Gleri: Eko-Agro-Gastro Turizm**” başlıklı oturum konuşmacıları arasında; **İBB Eurovelo Bisiklet Rotaları Proje Koordinatörü Merve Akdağ**, **Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği Yönetim Kurulu yesi Emre Karabacak**, **Sapanca Belediyesi Belediye Başkanı zcan zen** yer aldı. Oturumda ‘Ekoloji ve turizm dost ilişkisi’, ‘Kültürel farklılık ve yerelin korunması’, ‘Sürdürülebilir kalkınma ve tanıtım’, ‘Turizmin tarım sektörüne etkisi’, ‘Turist profili ile eř gelir kaynaklı modeller’, ‘Coğrafi doku, ürün çeşitliliği farkındalığı’, ‘Etkileşimli paylaşım, fayda odaklı üretim ve etki odaklı yatırım’, ‘Seyahat motivasyonu yaratan uygulamalar’, ‘Seyahat davranışlarını Őekillendiren etkili turizm’ konuları ele alındı.

İBB Eurovelo Bisiklet Rotaları Proje Koordinatörü Merve Akdağ, “İstanbul, kültürel çeşitliliği çok yüksek olan bir Őehir. Özellikle son senelerde sürdürülebilir kentsel projeler ile daha sürdürülebilir bir evre ve ulaşımın nasıl mümkün olabileceği üzerine çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Ulaşım aslında bir kentin kılcal damarları gibi. Türkiye geçen sene itibariyle dünyada bisikletçilerin en popüler yeri olarak seçilmişti. Çünkü Türk misafirperverliği ve Türk insanların Türkiye’ye gelen bisikletilere verdikleri yiyecekler insanların hoşuna gidiyor. Bu sayede anlıyoruz ki, çok etkileşimli bir toplumuz. İnsanları misafir etmeyi seviyoruz, böyle bir kültürel altyapımız var” dedi.

Bugün turizmin hayatımızın çok fazla içerisinde olduğuna vurgu yapan **Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği Yönetim Kurulu yesi Emre Karabacak**, “Turizm, sanki hep hayatımızın içerisinde varmış gibi düşünüyoruz ama toplasanız turizmin tarihi 200 yıl bile yoktur. Hatta Őu günkü hli ile 60-70 yıllık bir mazisi var. Kervansarayları bugünkü Őeklinden uzak olmasına rağmen ilk oteller olarak varsayabiliriz. Eko turizmine akademik açıdan bakacak olursak 3 tane ana unsur var; bunlardan bir tanesi

doğanın korunması, ikinci unsur yerel kültürün ve kültürün korunması ve son unsur ise yerel fayda sağlamasıdır. Bir yerde turist veya turizm var ise yani ekonomi girdisi oluyorsa oradaki kültür de yerel olmaktan cıkıp metalaşmaya başlıyor demektir” dedi.

Sapanca Belediyesi Belediye Başkanı zcan zen, “Sapanca'da bulunan festival ve fuarlarımızla, gelen ziyaretçilere maksimum faydayı sağlamayı hedefliyoruz. Pandemiden sonra daha fazla ne cıkmaaya başlayan Sapanca'da Eko turizm, Agro turizm, Gastro turizmi gibi turizmlerin hepsi mevcut. Bizim amacımız gelen turistlerin Sapanca'da daha uzun süre kalmasını sağlamak. Bunun için Sapanca'nın doğal güzelliğini korumaya zen gösteriyor, doğayı koruma amaçlı doğaya uygun ağaçtan evlerimizle ziyaretçilere hizmet veriyoruz” dedi.

Detaylı bilgi için:

Bersay İletişim Danışmanlığı

Ayben Cumalı / +90 554 844 68 05 / ayben.cumali@bersay.com.tr