

## BURSA'NIN ULUSAL VE ULUSLARARASI TANITIMI İÇİN YAPILMASI GEREKENLER

Turizm'i bir ürün olarak ele almalıyız. Bir ürünün pazarlaması ve satılabilmesi için ne yapılması gerekiyorsa, aynı faaliyetleri turizm tanıtımı için de yapmalıyız. Bir ürünün tanıtımı için yapılması gerekenler şunlardır;

1. Ürünün özellikleri akılda kalıcı bir şekilde ve net olarak belirlenmelidir. Ürün rekabetçi olmalıdır. Ürünlerimiz pazarlara göre sınıflandırılmalıdır (Market Segmentation)
2. Ürün bir kişi veya bir grup tarafından pazarlanmalıdır. Ürün hakkında müşteride algı karmaşası yaratılmamalıdır.
3. Ürünün içeriği kaliteli olmalıdır.

Bu maddelerin aynılarını Bursa turizminde de uygulamalıyız. Bu maddeleri Bursa Turizmine uyarlayacak olursak, yapılması gerekenler şunlardır.

### 1. Ürünün özellikleri akılda kalıcı bir şekilde ve net olarak aktarılmalıdır. Ürün rekabetçi olmalıdır.

Bursa olarak pazarımızı 3 e ayırmalıyız. İç Pazar, Arap Pazarı ve Kültür Turizmi Pazarı. Bursa da turizm ürünlerimizi netleştirmeliyiz. Bursa'nın Kestanesi, Kebabı, İznığı, Uldağı, kaplıcası ve bir çok değeri vardır. Ama bunların hepsinin rakibi de vardır. Yani satmak zordur. Bu nedenle pazarlara göre rakipsiz olduğumuz konuları seçmeliyiz, diğer özelliklerimizi bunların yanında turizm çeşidi olarak sunmalıyız. Unutmayalım ki bir ürünü atabilmek için ya kimsenin yapmadığını üretmek, yada herkesin ürettiğinin en kalitelisini üretmek mecburiyetindeyiz.

#### a) Kültür Turizmi Pazarı . Yurt dışı pazardır.

Ana hedefi Avrupalılardır. Rakipsiz olduğumuz tek konu Osmanlı ilk dönem eserleri ve Osmanlı kenti Bursa dır. Öncelikle biz ANA ÜRÜN olarak bu konuyu ele almalıyız. Tüm turistik değerlerimizi buna göre şekillendirmeliyiz. Osmanlı padişahlarının dev heykelleri ile Bursa yı donatmalıyız. Şehir merkezini Osmanlı dönemine büründürmeliyiz. Hediyelik eşyalarımızı, yemeklerimizi buna göre dizayn etmeliyiz. Bunun dışında yapılan tüm tanıtımlar boşa gitmektedir. Yurt dışında seyahat satan bir acente personeli, müşterilerine demeli ki “ Eğer Osmanlıyı görmek tanımak istiyorsanız dünyada gidebileceğiniz tek yer Bursa” diyebilmeli. İnsanlar tatillerini seçerken daha önce görmediği ve başka yerde göremeyeceği destinasyonları seçer.

#### b) Arap pazarı. Körfez ülkeleri.

Bu pazar için, doğal güzelliklerimizi, göllerimizi, dağımızı, şelalelerimizi, alışveriş merkezleri ve restoranlarımızı ön plana çıkarmalıyız. Bu konuda Karadeniz rakibimiz gibi gösterilse de gerçekte şu an için değildir. Karadeniz'e daha alt gelir grubu, lüks konaklama aramayan kesim gider. Lüks konaklama, alışveriş isteyen üst gelir grubu Bursa ve İstanbul'u tercih etmektedir.

#### c) İç Pazar. Öncelikle İstanbul olmak üzere tüm Türkiye.

Hemen yanımızda 15 milyonlu bir ülke büyüklüğüne bir pazara sahibiz. İstanbulluları Bursa'ya çekmeliyiz. Bunun için ise tur paketleri hazırlamalıyız. İçeriğinde kaplıca otelleri olan, yiyecek

içecek ve gezi imkanı olan tur paketleri pazarlamayız. Ayrıca Bursa'nın manevi değerleri de yurt içi Pazar için çok önemli bir üründür.

Bursa tanıtım materyallerini, fuar katılımlarını, pazarlamasını yukarıda belirttiğim pazarlara yönelik ayrı ayrı tasarımılamak mecburiyetindedir.

**2. rn bir kişi veya bir grup tarafından pazarlanmalıdır. rn hakkında müşteride algı karmaşası yaratılmamalıdır.**

Bursa turizmini birçok kişi ve kurum tanıtılmaktadır. şüphesiz bu konu ile ilgili son yıllarda en fazla üstlenen kurum Bursa Turizm Tanıtım Birliğidir. Burada da yöntem valiliğimizin n görüsüne ve tanıtım birliği ekibi gayretleri ile gitmektedir. Fakat dünya genelinde şehir tanıtımları "Kongre ve Ziyaretçi Büroları" adlı yapılar tarafından gitmektedir. Bursa'da yeni bir yapı kurulmalı veya Bursa Turizm Tanıtım Birliği'nin yapısı değiştirilmelidir. Yapı şu şekilde olmalıdır. Turizmin ana sorumlusu ve uygulayıcısı Bursa Büyük şehir Belediyesidir. Bu yapının bir yönetim kurulu olmalı, başkanlık ise Büyükşehir belediyesinde olmalıdır. Yönetim kurulu yeleri ise, Vali yardımcısı, BTSO Başkan yardımcısı, Tursab, Gmtob ve konu ile ilgili bilgili kişilerden oluşan bir yönetim kurulundan oluşmalıdır. Bu yönetim kurulunun altında ise alınan kararları profesyonelce uygulayan bir genel müdür ve ekibi olmalıdır. Bu ekip turizmi yönetmelidir. nemli olan fuarlarda stand açmak değil, karar mekanizmalarını tanımak, iyi ilişkiler kurmak, onlara taahhüt vermek, onları standımızda ağırlamak ve onlar ile uzun vadeli ilişkiler kurmaktır. Turizm uzun vadeli bir yatırımdır. Turizmi öğrenmek, uygulamak ve sonuçlarını almak için Vali, Belediye Başkanı veya Ticaret Odası başkanı görev süreleri genellikle yetmez. Böyle bir kurum olursa, hafızası olan, geçmiş tecrübe ve bilgi birikiminin geleceğe taşındığı bir yapı olur. Hatalar, tekrarlar, başa dönmeler ortadan kalkar. Güç birliği olur. Kaynaklar tek elde toplanır. Tüm taraflar karar mekanizmasında olur. Bu kurum şehrin web sitesini, turizm ile ilgili yapılması gerekenleri, turizm tanıtım materyallerini, ilgili kurum ziyaretlerini yapar. Belediye Başkanı ve Valimizi temsilen ziyaret eder. şehrimize davet eder. Destek olunacak imkanlar var ise onları sunar.

**3. Ürünün içeriği kaliteli olmalıdır.**

Buraya turisti getiriyoruz, fakat turist girecek tuvalet bulamıyorsa, gezecek broşür ve harita bulamıyorsa, aracını çekebilecek otopark bulamıyorsa, uzun süre zaman geçirebileceği eğlence yerleri bulamıyorsa, burada turistik ürün kalitesinden bahsedemeyiz. Bu gibi küçük sorunları veya yatırım gerektiren konuları çözmeliyiz. rn kaliteli değil ise istediğimiz kadar tanıtım yapalım bir anlam taşımaz. En iyi tanıtım ağız yolu ile, müşteri tavsiyesi ile yapılan tanıtımdır.

Sonuç olarak, turizm bir üründür. rn gibi profesyonelce, tek elden pazarlanmalı, ürünün sürekli kalitesi arttırılmalıdır. Ürünün zellikleri pazarlara göre iyi belirlenmelidir.

**Hasan EKER, 29 Temmuz 2016**

**BTSO Turizm Konsey Başkanı**