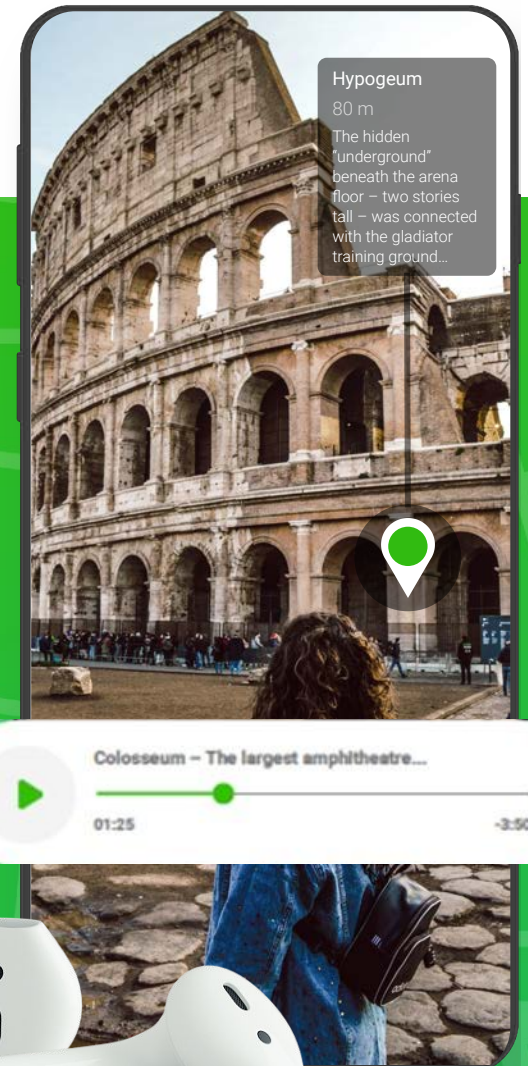


Radost z cestování

Využití dat aplikace SmartGuide





Big data analytika

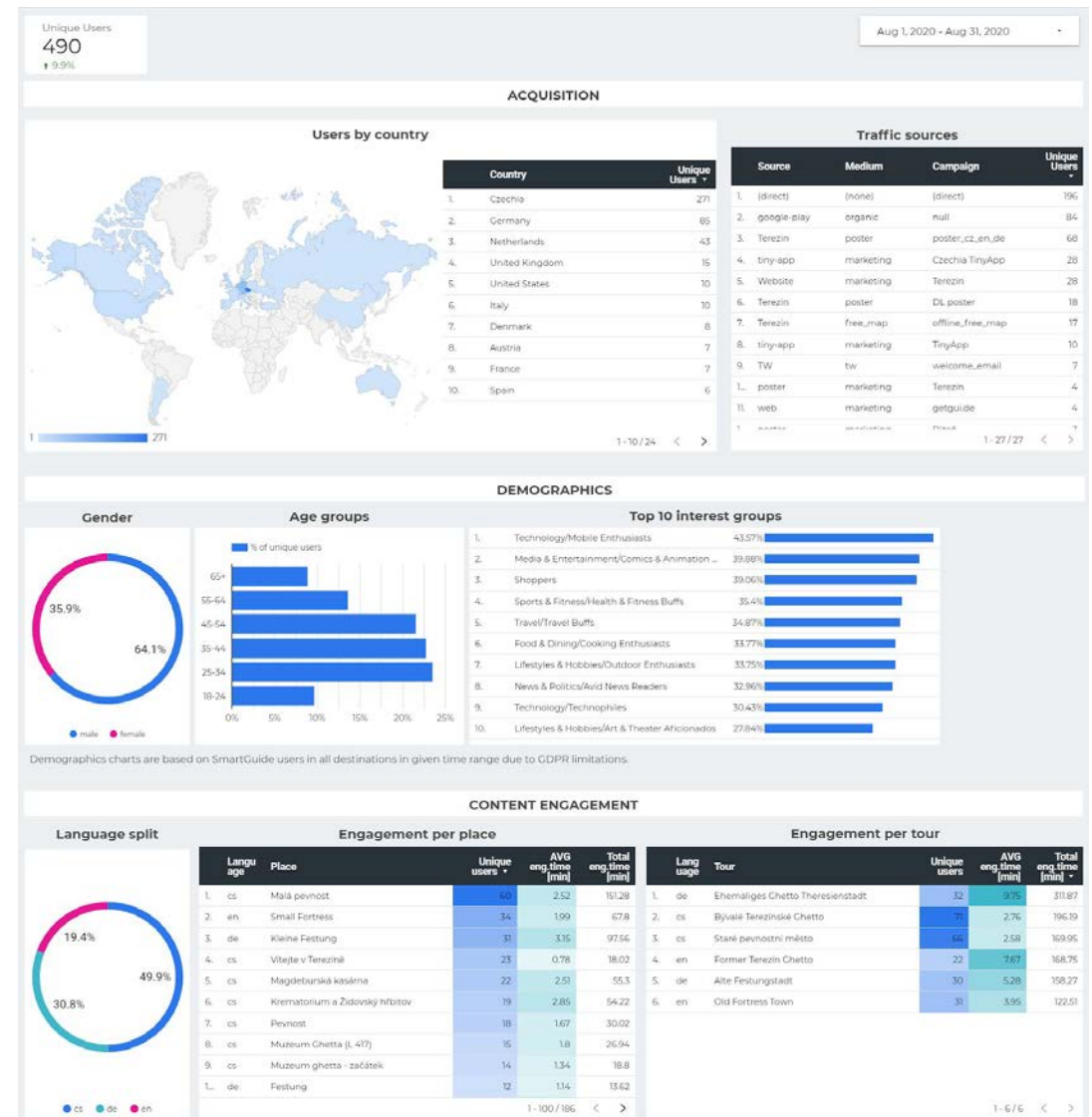
- Odkud jsou návštěvníci a které jazyky preferují?
- Které prohlídky a místa jsou nejoblíbenější?
- Co návštěvníky zajímá a co je nudí?

Skvělá zkušenost pro návštěvníky začíná pochopením jejich preferencí a chování...



SmartGuide

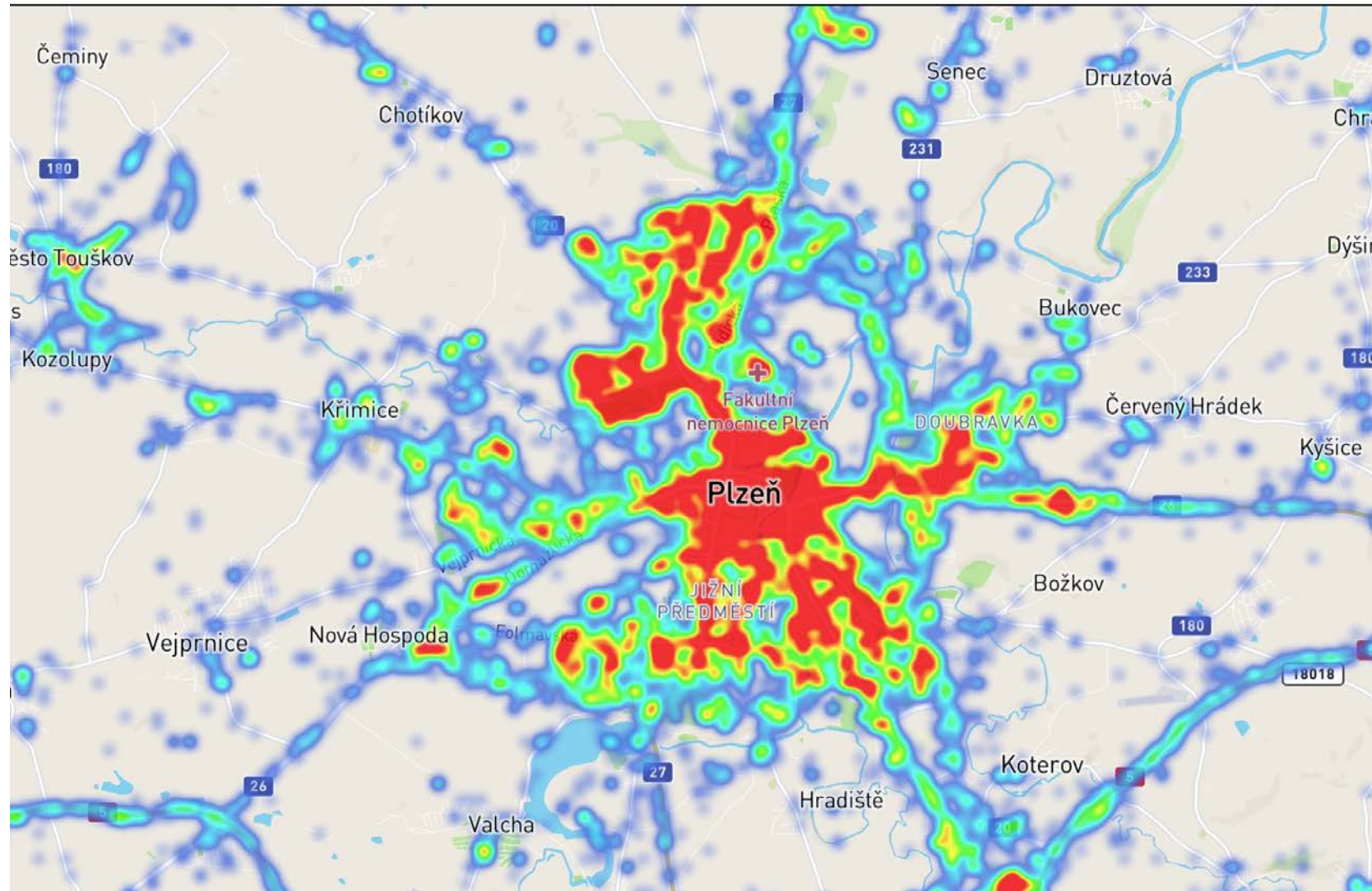
Další detailní přehledy a mapy koncentrace uživatelů jsou možné - ceny na vyžádání



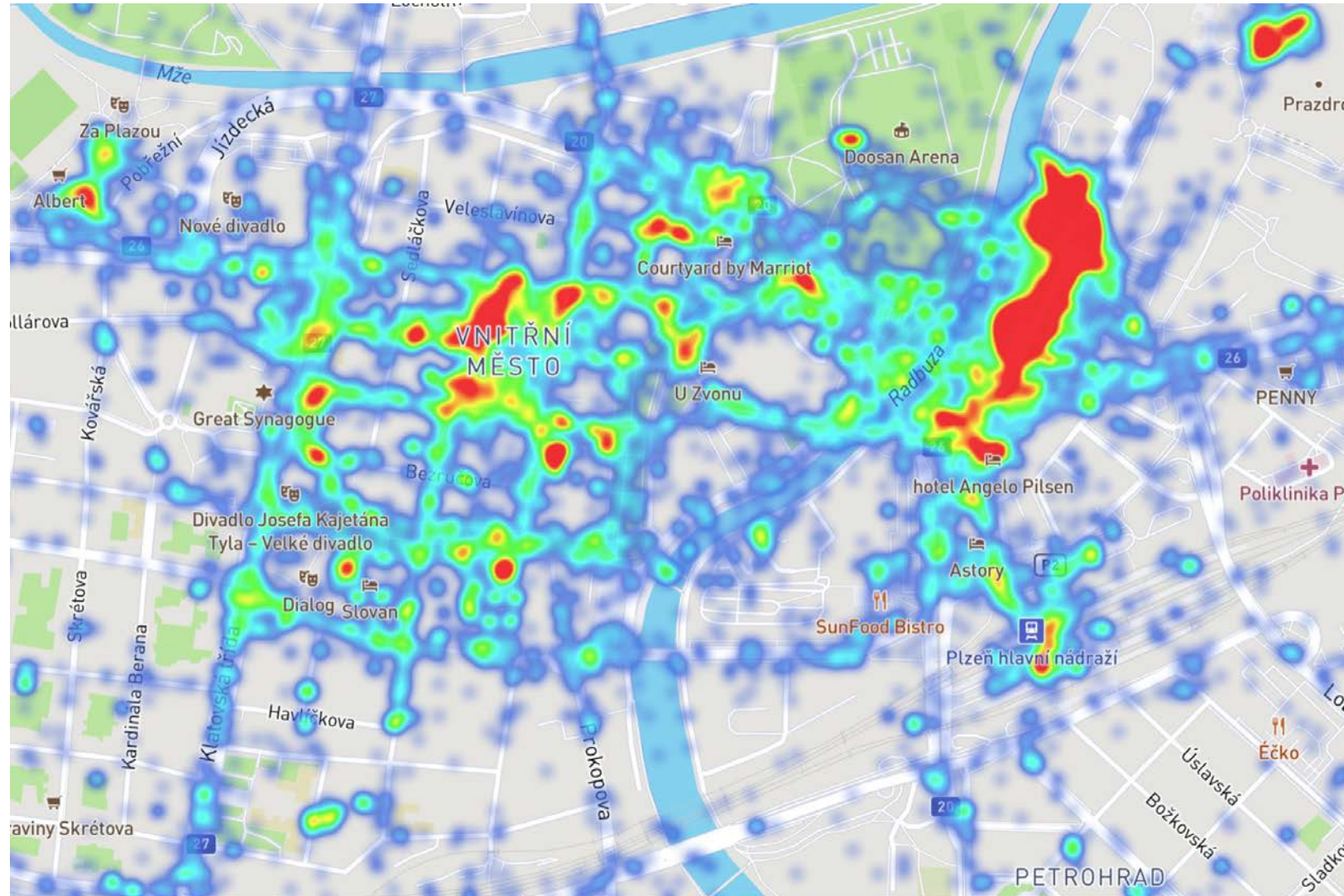
Příklad: Turisté v ČR



Příklad: Turisté na Plzeňsku

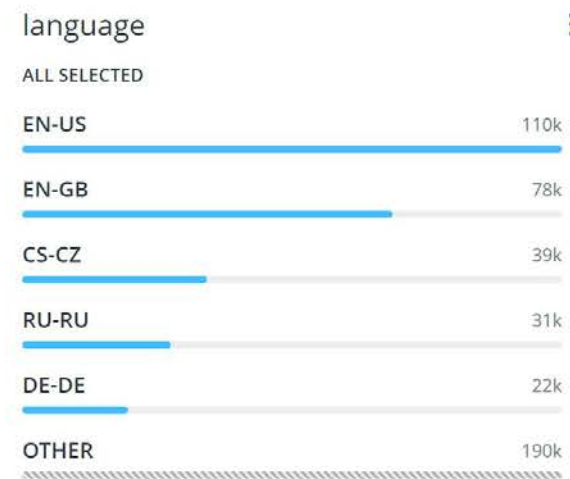
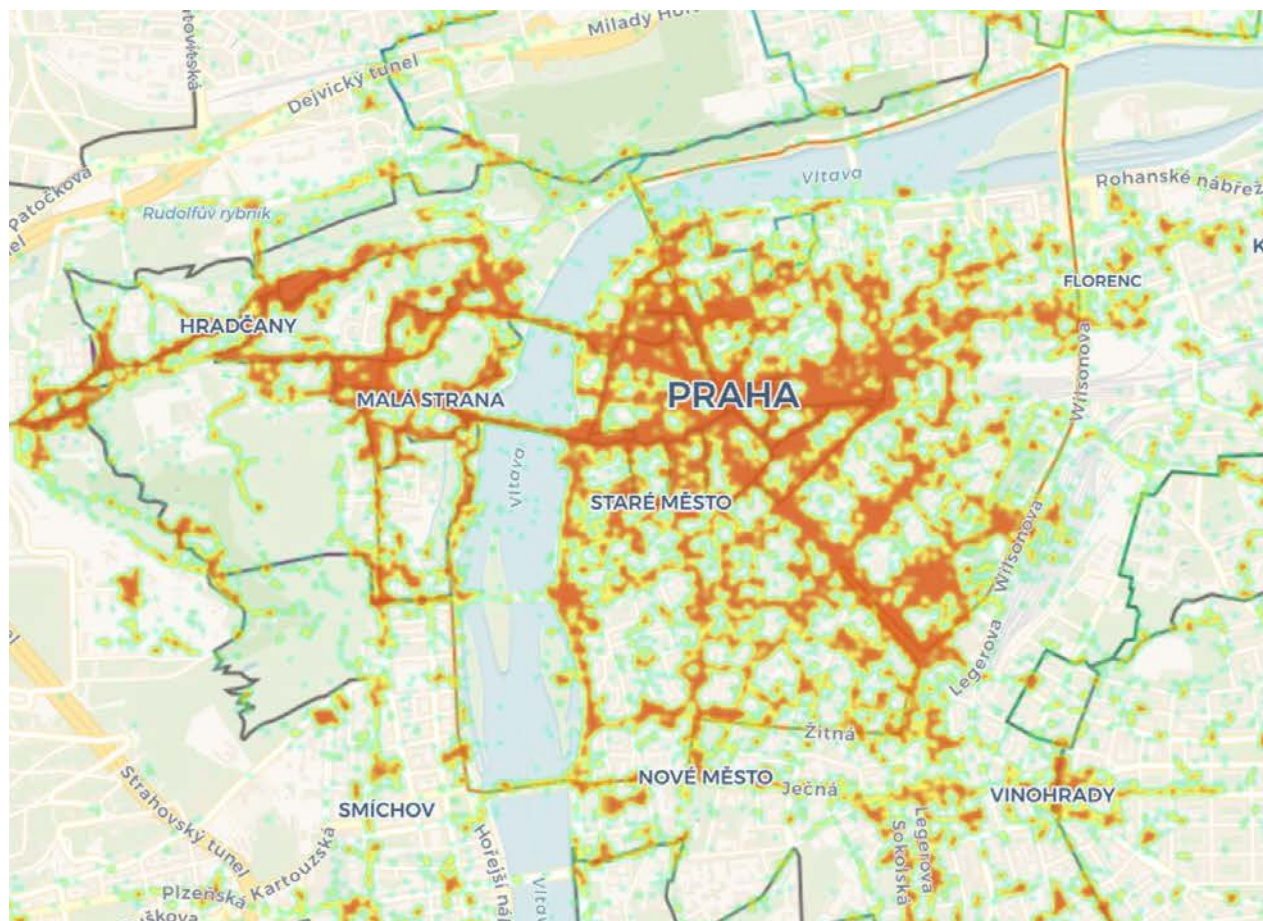


Příklad: Turisté v Plzni

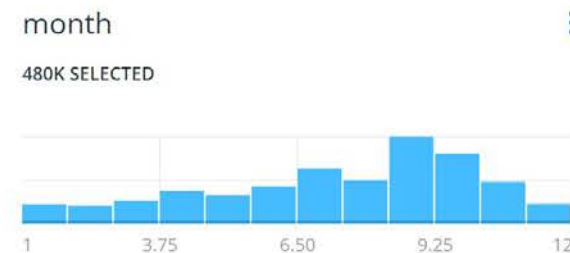


Analýza dat o pohybu umožňuje pochopení turistů

Uživatelé SmartGuide v Praze za 12 měsíců, 650 000 geolokovaných aktivit při konzumaci obsahu

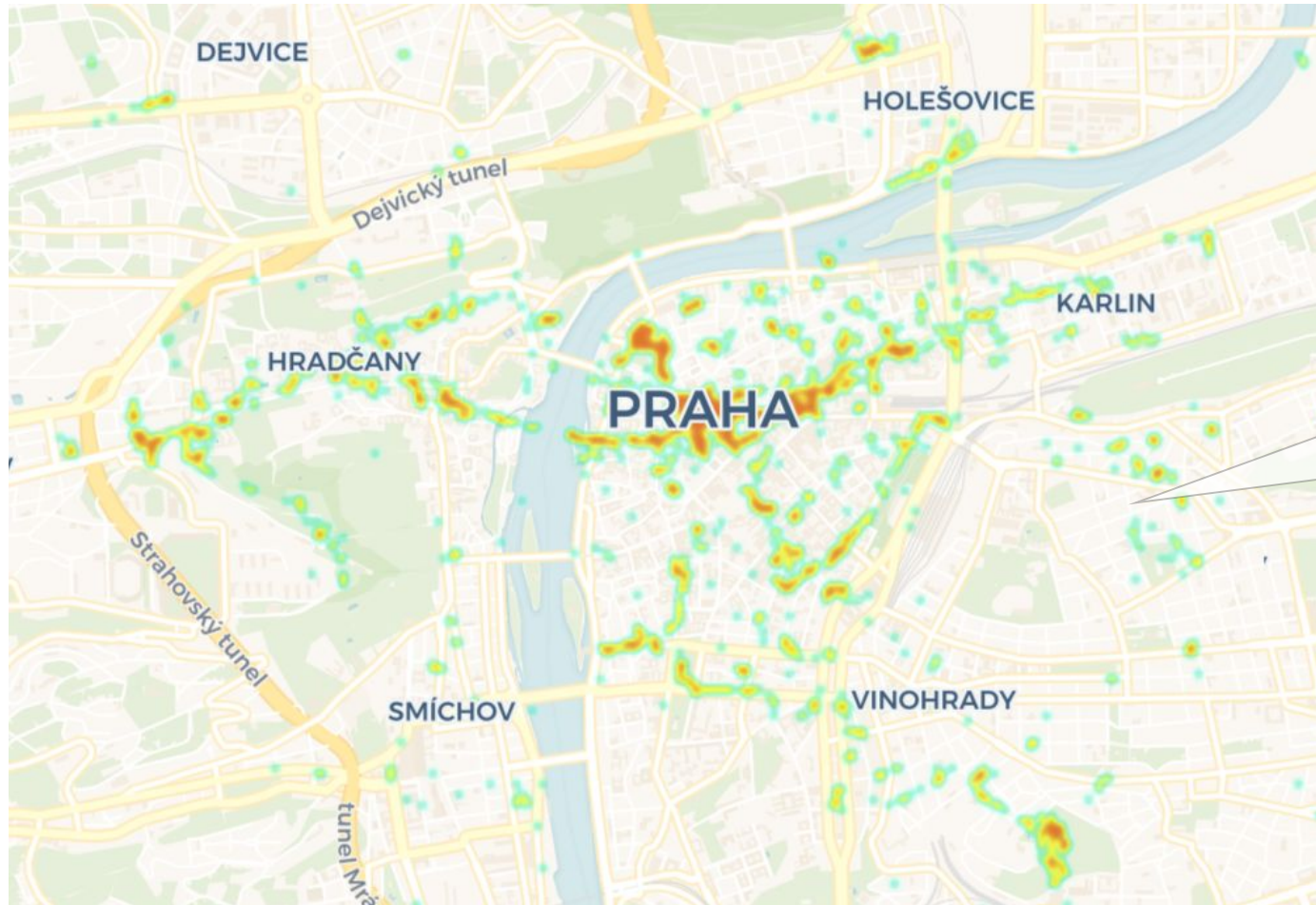


[HLEDAT V 189 KATEGORIÍ](#)



Pochopení umožňuje chytrý destinační marketing

Němci v Praze

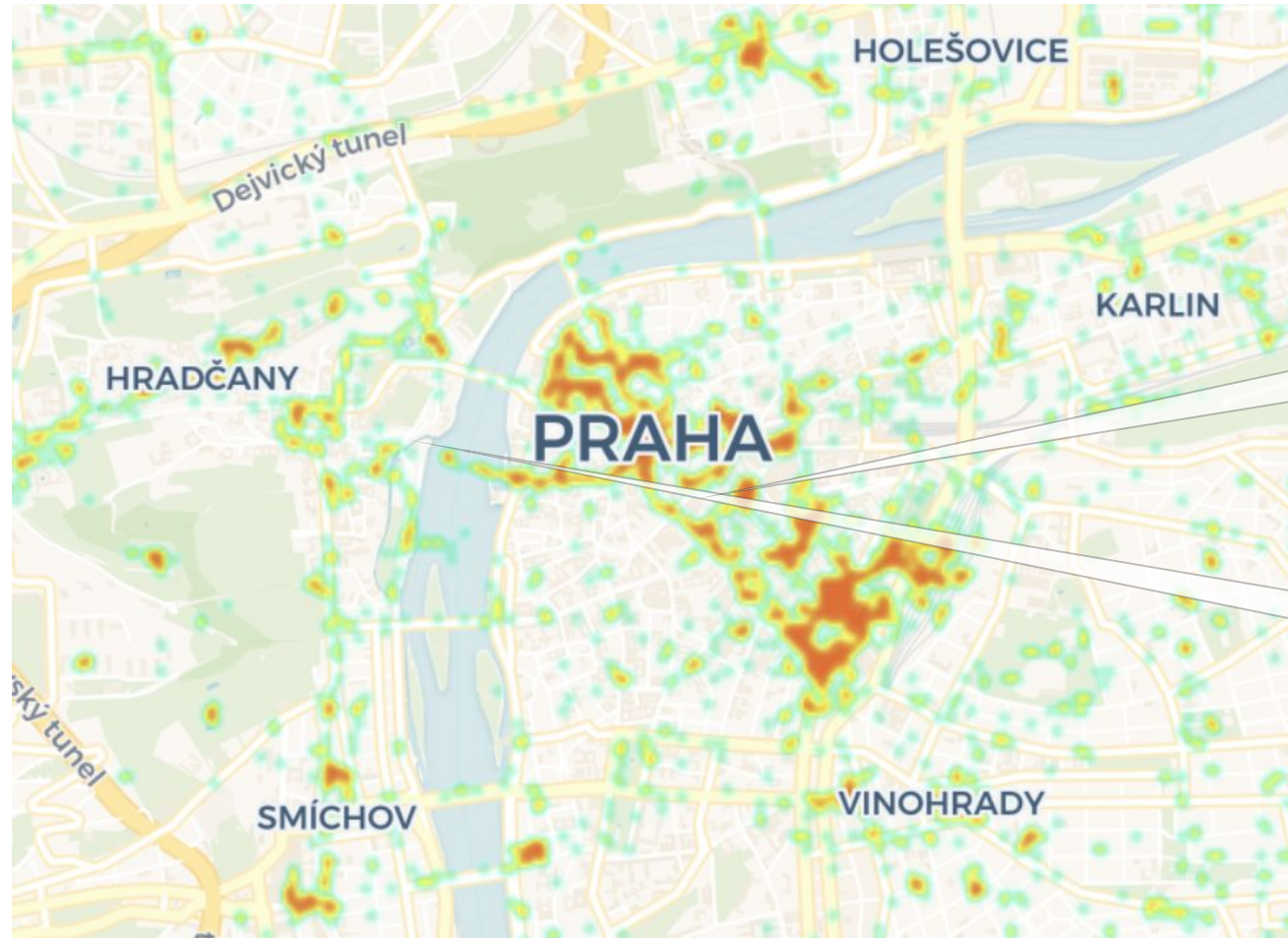


Němci často přicházejí opakovaně, takže je pravděpodobnější, že prozkoumají oblasti mimo turistické hotspoty.



Pochopení umožňuje chytrý destinační marketing

Češi v Praze



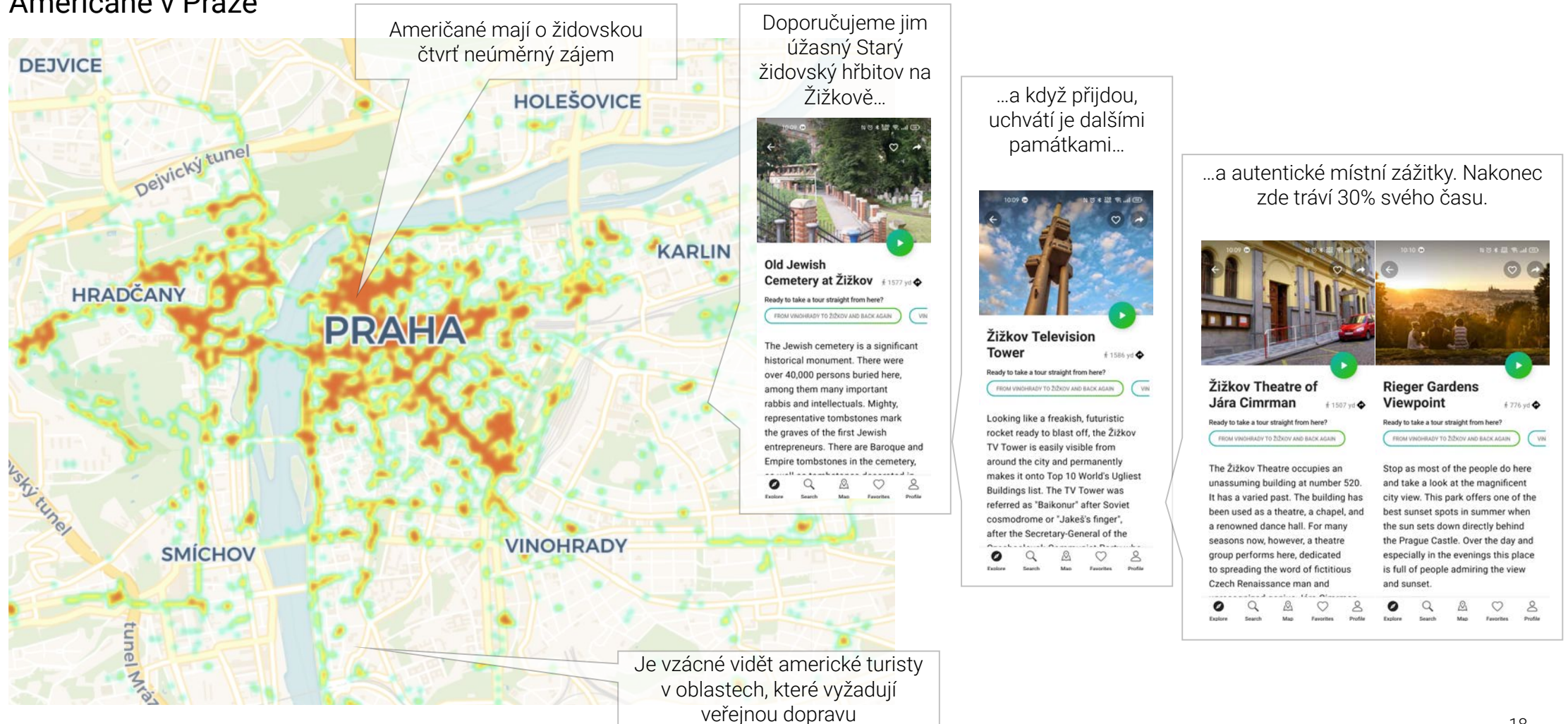
Domácí turisté se zdržují spíše na pravém břehu

Místní se vyhýbají přeplněnému Karlovu mostu

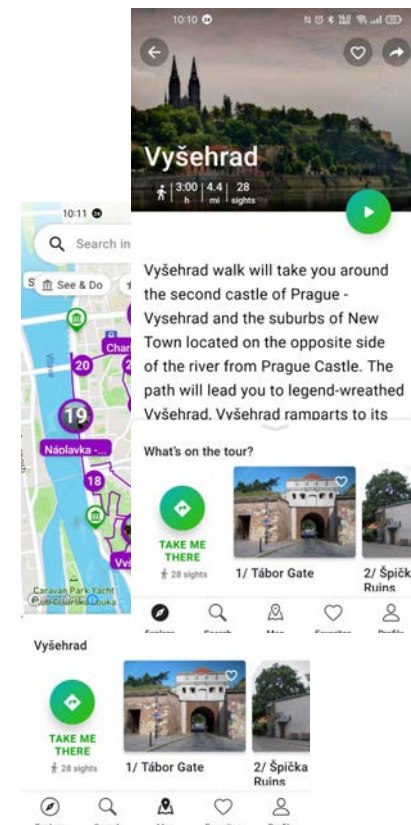
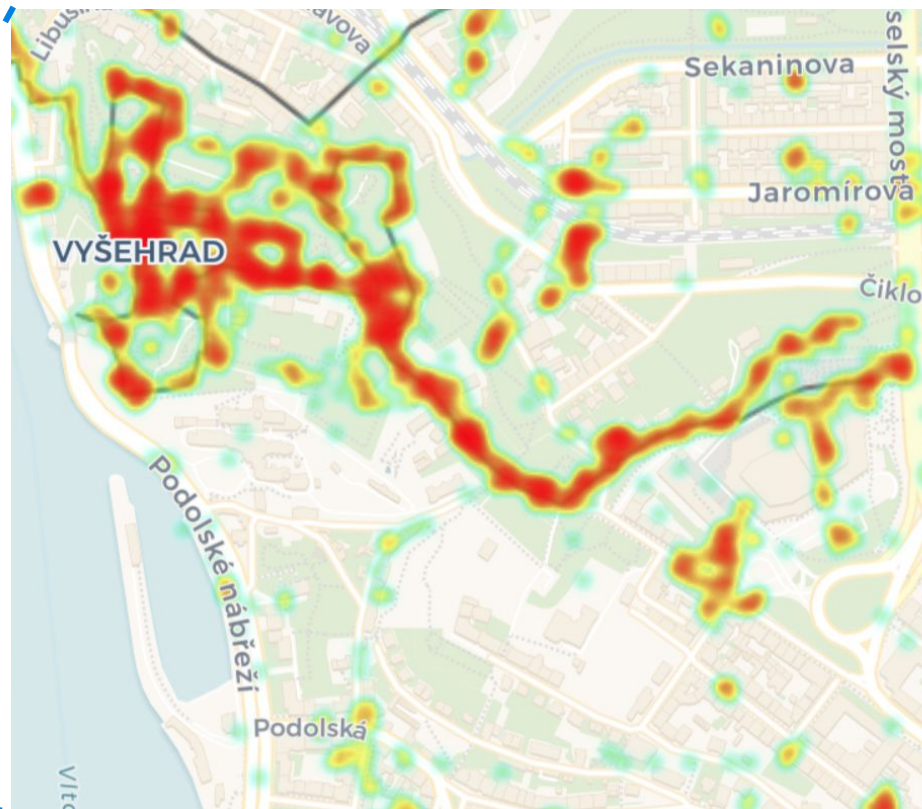
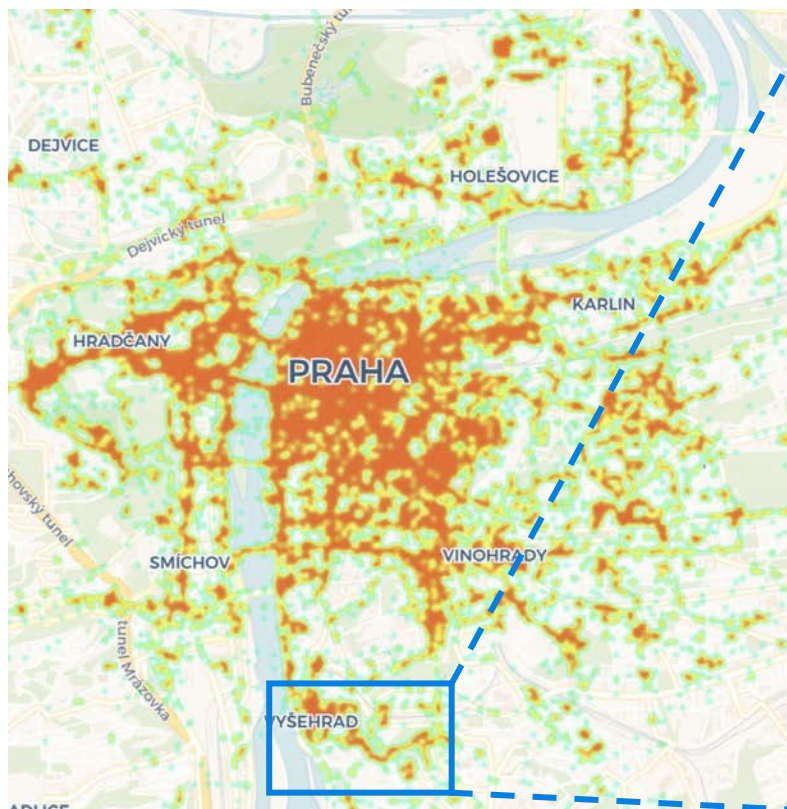


Pochopení umožňuje chytrý destinační marketing

Američané v Praze



Funguje to: Turisté tráví 30% času mimo centrum, když je vedeme na zajímavá místa



Funguje to: Turisté tráví 30% času mimo centrum, když je vedeme na zajímavá místa

