

# Jak štouchat turisty k udržitelnosti?

Behaviorální techniky pro poskytovatele služeb v oblasti turismu

Většina turistů tvrdí, že chce cestovat udržitelně. Avšak jejich záměr se mnohdy míjí se skutečným chováním. Cestovní agentury, hotely a pořadatelé zájezdů mohou turistům dopomoci k udržitelnému chování skrze čtyři principy EAST\*:

## Udělejte to snadné

Náš mozek upřednostňuje rozhodnutí, která nás stojí nejmenší možné úsilí. To platí dvojnásob během dovolené. Snažte se turistům co nejvíce usnadnit, aby se zachovali udržitelně: při volbě dopravy, ubytování, zážitků a stravování.

### Jak na to:

- **Zvyšte zastoupení udržitelných možností ve vaší nabídce** - můžete např. rozšířit nabídku bezmasých jídel či doplnit více lokálních zážitků pro turisty.
- **Nastavte ekologickou variantu jako výchozí** - mnoho restaurací do jídel s sebou již nepřikládá jednorázové příbory (pouze pokud o ně zákazník požádá).
- **Vizualizujte environmentální dopad jednotlivých variant** - využijte ikon, které pomohou cestovateli porozumět dopadu různých typů dopravy, ubytování a zážitků, mezi kterými se turista rozhoduje.

#### Příklad

Tři britské kantýny zdvojnásobily poměr vegetariánských jídel ve své nabídce. Tato jednoduchá změna zvýšila počet strážníků, kteří si vybrali vegetariánské jídlo o 41 - 79 %.\*\*

## Zvolte vhodné načasování

Motivace turistů k udržitelnému chování se během plánování a v průběhu cesty proměňuje. Určete, kdy jsou cestovatelé vůči udržitelnosti nejvíce vnímaví a apelujte na ně v tyto momenty.

### Jak na to:

- **Využijte momentu při příjezdu** - lidé mají tendenci být více otevřeni ke změně při prvním vstupu do nového prostředí. Požádejte cestovatele o symbolický závazek k udržitelnosti při jejich příjezdu.
- **Připomeňte cestovatelům jejich záměr chovat se udržitelně** - většina turistů chce mít pozitivní dopad na místo, které navštěvují. Využijte informačních emailů před příjezdem, nástěnek na recepci či živých průvodců k tomu, aby cestovatele k udržitelnosti v přátelsky vyzvali.

\* Principy jsou převzaty z publikace EAST: Four Simple Ways to Apply Behavioural Insights vytvořené týmem The Behavioural Insights Team (2014) a dostupné na <https://www.bi.team/publications/east-four-simple-ways-to-apply-behavioural-insights/>

\*\* Garnett, E. E., Balmford, A., Sandbrook, C., Pilling, M. A., & Marteau, T. M. (2019). Impact of increasing vegetarian availability on meal selection and sales in cafeterias. Proceedings of the National Academy of Sciences, 116(42), 20923-20929.

## Udělejte to společenské

Očekávání a chování druhých lidí nás ovlivňuje více, než si myslíme. To platí i o turistech při plánování zájezdu a v destinaci. Zdůrazňujte udržitelné chování většiny a prezentujte ekologické chování jako normu, která je očekávána od každého cestovatele.

### Jak na to:

- **Poukazujte na udržitelné chování většiny** - používá většina vašich hostů hotelové ručníky opakovaně? Máte mnoho zákazníků, kteří volí vegetariánskou variantu v restauraci? Angažují se v jiné formě ekologického chování? Komunikujte to, abyste ke změně motivovali i zbývající turisty.
- **Využijte společenských závazků** - nabídněte turistům při příjezdu, zdali se chtějí přidat k zodpovědným hostům a zavázat se k udržitelnosti během pobytu. Stačí symbolický podpis.
- **Udělejte chování turistů viditelné** - existují ve vaší destinaci momenty, kdy se turisté rozhodují mezi udržitelnou a neudržitelnou variantou? Přeneste tento moment ze soukromého do veřejného prostředí (např. turisté místo zaškrtnutí kolonky v online formuláři sdělí svou volbu recepčnímu).

#### Příklad

Hotelová visačka v koupelně informující hosty o tom, že "75% hostů ubytovaných v tomto pokoji se rozhodlo své ručníky použít opakovaně" byla mnohem efektivnější, než visačka, která apelovala na opakované využití ručníků kvůli ochraně životního prostředí. \*\*\*

## Udělejte to lákavé

Lidé mají tendenci upřednostnit chování, které jim přinese okamžitou odměnu nebo potěšení. Využijte bonusů a incentív, které cestovatele za udržitelnost odmění.

### Jak na to:

- **Využijte finančních a symbolických pobídek** - nabídněte drobné slevy, symbolické dárky nebo i slova poděkování pro klienty, kteří zvolí udržitelnou variantu.
- **Zvolte vhodné rámování** - neprezentujte udržitelné varianty jako "ekologické," "zelené" či "vegetariánské," protože některé turisty automaticky odrazují.

#### Příklad

Dvacet švýcarských středisek nabízí zahraničním turistům slevu 30-40% na skipas, pokud místo auta přijedou z domova vlakem. \*\*\*\*



Chcete se o technikách dozvědět více?  
Pusťte si online kurz zdarma na stránkách Czech Tourism.

\*\*\* Goldstein, N. J., Cialdini, R. B., & Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels. Journal of consumer Research, 35(3), 472-482.

\*\*\*\* Ride&Slide. <https://www.myswitzerland.com/en/experiences/winter/ride-and-slide/>