



ASOCIAȚIA PROFESIONALĂ A FORMĂRII ÎN ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ

LOCALĂ www.cinaq.org cod fiscal 26450220, cont bancar RO78BRDE445SV92779094450, deschis la BRD sucursala Victoria Splaiul Independenței nr.2K, sector 3,Bucuresti, telefon /fax 0213124161,email secretariat@cinaq.org; Operator de date cu caracter personal:33646

CHESTIONAR ADRESAT CELOR IMPICAȚI ÎN TURISMUL DIN PRAHOVA ȘI CÂMPINA-AUTORITĂȚI LOCALE ,FURNIZORI DE SERVICII TURISTICE

I. Misiune și Obiective

1. Care este, în opinia dumneavoastră misiunea brandului Prahovei turistice?

- Crearea unei imagini unitare privind Prahova din punct de vedere turistic
- Promovarea unui turism de calitate care să se identifice cu realitățile județului Prahova
- Dezvoltarea județului Prahova ca destinație preferată de români și străini
- Alta. Care?

.....

2. Considerați că brandul turistic al municipiului Câmpina poate îndeplini aceeași misiune,dacă ar exista? Sau aveți și alte propuneri?

- Atragerea turiștilor prin servicii de calitate.
- Propuneți un slogan,un logo, un semn distinctiv al brandului turistic pentru Câmpina

3. Care sunt , în opinia dumneavoastră, cele mai importante obiective în scopul îndeplinirii misiunii brandului Prahovei?Sunt valabile și pentru Câmpina? Care sunt acestea?

.....
.....
.....
.....

II. Descrierea brandului Prahova

1. Care considerați că sunt cele mai importante atracții turistice din Prahova? (Alegeți 3 variante reprezentative)

- Tradițiile și cultură
- Natura
- Sportul și diversele activități de recreere
- Mănăstirile și bisericile
- Turismul rural
- Drumurile tematice (ex: Drumul Vinului)
- Altele. Care?

.....

2. Dar pentru zona Câmpinei?

- Atracții culinare
 - Atracții spirituale
 - Clima și zilele însorite
 - Castelele
 - Muzeele
 - Zone naturale protejate
 - Altele.Care?
-

3. Care dintre următoarele adjective le considerați potrivite pentru a descrie cel mai bine județul Prahova? *(Alegeți 3 adjective reprezentative)*

- Prietenos
- Tradițional
- Industrial
- Agitat
- Aglomerat
- Poluat
- Elegant
- Neinteresant
- Ospitalier
- Dens
- Curios
- Rece
- Curat
- Natural
- Divers

4. Dar pentru turismul din zona Câmpinei?

.....

5. Care dintre următoarele adjective le considerați potrivite pentru a descrie cel mai bine locuitorii județului Prahova? *(Alegeți 3 adjective reprezentative)*

- Prietenoși
- Reci
- Curioși
- Grăbiți
- Modești
- Ingenioși
- Ospitalieri
- Indiferenți
- Petrecăreți
- Zgârciți

6. Aceleași caracteristici li se atribuie și celor din zona Câmpinei?
.....

7. Ce iubiți cel mai mult în județul Prahova?
.....

8. Care sunt elementele de atracție din zona Câmpinei cele mai îndrăgite?
.....

III. Publicul țintă-turiștii

1. Care sunt principalele motive pentru care ajung vizitatorii, turiștii în județul Prahova?
(Alegeți 3 variante reprezentative)

- Turism de agrement
- Turism cultural
- Turism de afaceri
- Turism de aventură
- Turism de cunoaștere
- Turism pentru tratament sau cură balneo-medicală
- Turism rural
-

2. Dar pentru zona Campinei?
.....

3. Ce tip de turism se practică cu preponderență în Prahova?

- Turism organizat
- Turism neorganizat
-

4. Dar in zona Campinei?
.....

5. Profilul vizitatorilor: descrieți caracteristicile demografice ale turiștilor care vizitează Prahova în funcție de: naționalitate, vârstă, educație. (Pentru români vă rog să specificați dacă sunt din Prahova sau alte județe)

Naționalitate	Vârstă	Educație

6. Același tip de turiști vizitează și zona Câmpinei? Dezvoltați specificul profilului:
.....

7. Care credeți că sunt piețele pe care Prahova/Câmpina ar trebui să le atragă în viitor?

.....

8. Care este costul mediu al unui sejur? De unde puteți afla informații despre sejur și oferta concurenței?

Durata sejurului	Costul mediu al sejurului	Servicii suplimentare incluse
1-3 zile		
4-8 zile		
8-15 zile		

IV. Concurența

1. Ce destinații turistice din țară, în afară de județul Prahova/Câmpina, ați recomanda? Și de ce?

Destinație	Motivul alegerii

2. Ce destinații turistice din afara țării ați recomanda? Și de ce?

Destinație	Motivul alegerii

3. Ce elemente pro ați sugera pentru alegerea Câmpinei ca destinație turistică ?

.....

4. Ce elemente negative v-ar determina să alegeți altă destinație turistică decât Valea Prahovei sau Câmpina?

.....

V. Mijloacele de comunicare

1. Ce mijloace de comunicare considerați că sunt oportune pentru a promova cât mai bine brandul Prahova/Câmpina?

- TV
- Radio
- Presa scrisă

- Internet.Portal
 - Online-Site
 - Cataloage specializate
 - Târguri
 - Centre de informare
 - Agențiile de turism
 - Altele.Care?
-

2. Ce materiale de promovare recomandați pentru promovarea eficientă a brandului?

- Broșuri
 - Hărți
 - Pliante
 - Obiecte personalizate
 - Panouri de informare
 - Altele.Care?
-

VI. Personalitatea brandului

1. Dacă Prahova ar fi o culoare, care ar fi aceasta?

.....
 Ce culoare ați alege brandului turistic al Câmpinei?

.....

2. Dacă Prahova ar fi un sunet, care ar fi acesta?Dar pentru Câmpina?

.....

3. Dacă Prahova ar fi un sentiment, care ar fi acesta?Ce ați alege pentru Câmpina?

.....

4. Dacă Prahova ar fi o clădire, care ar fi aceasta?Ce clădire reprezentativă ar fi pentru Câmpina

.....

5. Dacă Prahova ar fi un anotimp, care ar fi acesta?Ce ați alege pentru Câmpina?

.....

6. Dacă Prahova ar fi un simbol, care ar fi acesta?Care ar fi simbolul Câmpinei?

.....

VII. Viziunea brandului

1. Cum credeți că va arăta Prahova în 3 ani de la implementarea unui brand de succes? Dar Câmpina?

.....

2. Cum va schimba brandul Prahovei viața localnicilor? Dar al celor din Câmpina?

.....

3. Cum va schimba brandul Prahovei experiența turistică a publicului-țintă? Valabil și pentru turiștii țintă ai Câmpinei?

.....

4. Cum va influența succesul brandului prahovean pe cel câmpinean?

- Foarte mult
- Mult
- Puțin
- Foarte puțin
- De loc