

## PORADNIK PARTNERA AKCJI POLSKA ZOBACZ WIĘCEJ – WEEKEND ZA PÓŁ CENY

### **Co w sytuacji, kiedy nie mogę się włączyć do akcji ze względu na nieodpowiadającą mi datę weekendu?**

Istnieją dwa sposoby realizacji zniżki. Oferta promocyjna może być:

- 1) realizowana za cenę niższą o co najmniej 50% w stosunku do ceny regularnej na usługę główną lub
- 2) sprzedawana za cenę niższą o co najmniej 50% w stosunku do ceny regularnej na usługę główną, przy czym realizacja tych produktów lub usług turystycznych nastąpi w terminie późniejszym.

### **Brałem udział w poprzedniej edycji akcji (jesień 2019). Czy muszę wprowadzać ofertę ponownie?**

Przy tej edycji droga do dołączenia do akcji jest jeszcze prostsza. Wystarczy zalogować się w zakładce STREFA PARTNERA, odnaleźć ofertę, upewnić się pod kątem aktualności wprowadzonych danych oraz kliknąć „WYŚLIJ PONOWNIE”.

### **Co powinien zawierać opis oferty promocyjnej?**

Oferta promocyjna na Twojej stronie internetowej to główne źródło wiedzy dla turysty, który jest zainteresowany skorzystaniem z promocji, dlatego powinna być możliwie szczegółowa i przejrzysta. Witryna [www.polskazobaczwiecej.pl](http://www.polskazobaczwiecej.pl) nie prezentuje treści poszczególnych ofert, a jedynie przekierowuje na Twoją stronę internetową. W związku z tym najważniejszymi elementami oferty promocyjnej są informacje, że bierzesz udział w akcji POLSKA ZOBACZ WIĘCEJ – WEEKEND ZA PÓŁ CENY, opis jakich usług dotyczy zniżka, cena przed i po zniżce, a także sposób realizacji zniżki (patrz punkt 1.) oraz sposób rezerwacji/kupna itp. To od Ciebie zależy, na ile strona z Twoją ofertą wyda się atrakcyjna dla turystów. W zakładce DO POBRANIA są również dostępne grafiki oraz logotyp akcji, które możesz wykorzystać.

### **Co w przypadku, kiedy w obiekcie nie jest prowadzona przedsprzedaż (patrz: start sprzedaży około trzy tygodnie przed finałem akcji)?**

Wcześniejsza sprzedaż / rezerwacja nie obowiązuje, jeśli w obiekcie nie jest prowadzona przedsprzedaż lub rezerwacja, np. w muzeum, gdzie sprzedaż biletu = realizacja oferty.

### **Jeśli mam kilka obiektów lub podmiot, który chcę włączyć do akcji ma kilka oddziałów, to czy do każdego z nich powinna być dodana oddzielna oferta?**

Tak. Wprowadzone oferty, będą się pojawiać nie tylko na liście partnerów, ale również jako znacznik na mapie. Najbardziej czytelne dla potencjalnego turysty będzie więc, jeśli każda z lokacji będzie wprowadzona oddzielnie, ale w ramach tego samego konta.