

ISSUE
ВЫПУСК

2

AUGUST / АВГУСТ 2025



TOURISM EXPLORER

www.tourism-explorer.com

**Luxury Tourism
Strategies in the
Global Market**
Global Turizmde
Luxury Hizmet
Stratejileri

Global Vision
Global Vizyon

**Through The
Camera's Eye: Istanbul**
Kameranın Gözünden
İstanbul

**5 Days, 26 Countries,
500 Delegates**
Antalya'da 5 Gün,
26 Ülke, 500 Temsilci

**Exclusivity Redefined
at Antalya Airport**
Antalya Havalimanı'nda
Ayrıcalığın Yeni Tanımı





COME &
DISCOVER


NORTH CYPRUS
nature culture history

#visitNCY

www.visitncy.com

Follow  [visitncy](https://www.instagram.com/visitncy)



TOURISM EXPLORER

www.tourism-explorer.com

PUBLISHER | ИЗДАТЕЛЬ

SABİR MİZAM

Chairman of the Board, HelloOtel
Председатель Совета Директоров HelloOtel

EXECUTIVE EDITOR | ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

SERDAR KARADUMAN

s.karaduman@tourism-explorer.com

GENERAL COORDINATOR | ГЕНЕРАЛЬНЫЙ КООРДИНАТОР

OLGA PHILIPPOVA ATLI

o.philippova@tourism-explorer.com

PROJECT DIRECTOR | РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА

SERALP AKIN

s.akin@tourism-explorer.com

MANAGING EDITOR | РЕДАКТОР ОТДЕЛА НОВОСТЕЙ

AYÇA KARADUMAN

a.karaduman@tourism-explorer.com



TÜRKÇE
DERGİYİ
OKUMAK
İÇİN!

Dear colleagues and partners!

We are pleased to share with you the second issue of Tourism Explorer magazine. The strong interest and valuable feedback we received for our first issue have further reinforced our mission to stay attuned to the pulse of the industry and to produce accurate B2B-focused content.

As HelloOtel, one of the priorities of our platform is to enhance the quality of holiday experiences for tourists. In this regard, we continue to develop solutions that facilitate communication between hoteliers, travel agencies, and guests. Our goal is to create an ecosystem where international tourism professionals come together, share knowledge, collaborate, and shape the future.

In line with this vision, we officially launched the 2025 summer tourism season with the HelloOtel International Travel Agents Forum, held in Antalya from May 3 to 7, 2025. With over 500 participants from 26 countries, Antalya became the heart of global tourism dialogue for five days. During the event, a total of 5,406 B2B meetings were held, establishing strong business connections among industry professionals. These meetings not only deepened existing collaborations but also paved the way for new business opportunities.

This second issue has been prepared with the same vision: It not only brings together the experiences, insights, and forecasts of tourism professionals from different countries and areas of expertise but is also enriched with exclusive content focusing on emerging destinations, sectoral trends, and marketing strategies. Our goal is to support this ecosystem developing under the HelloOtel umbrella through the sharing of knowledge and experience, and to contribute to the construction of a more connected, more resilient, and transformation-oriented structure within the tourism industry.

I hope our new issue will inspire you and pave the way for new collaborations and initiatives.

Yours sincerely,
Sabir Mizam

EDITOR | РЕДАКТОР

ECE İREM DİNÇ

editor@tourism-explorer.com

FEZA ULUDÜZ

editor@tourism-explorer.com

HASAN ERYİĞİT

editor@tourism-explorer.com

TRANSLATING EDITOR
РЕДАКТОР-ПЕРЕВОДЧИК

MARIIA BURUKHINA

DESIGN | ДИЗАЙН

NORE
CREATIVE
AGENCY

www.noretasarim.com

ADVERTISING | РЕКЛАМА
adv@tourism-explorer.com

PUBLICATION FREQUENCY |
ПЕРИОДИЧНОСТЬ ИЗДАНИЯ

Bi-monthly,
Periodical Publication
Free of charge, not for sale.

Двухмесячное,
периодическое бесплатное
издание, не подлежит продаже..

CONTACT | КОНТАКТЫ

Öğretmenevleri Mah.
Anadolu Cad. Elibol Apt.
No: 87 İç Kapı No: 1
Konyaaltı - Antalya / Türkiye
info@tourism-explorer.com
www.tourism-explorer.com

PRINTING PLACE | МЕСТО ПЕЧАТИ
EFTAL MATBAACILIK
ALTINDAĞ - ANKARA

PROJECT PARTNERS | ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА

HelloOtel
Turbomarketing
MARKETING SYSTEMS

NORE
CREATIVE
AGENCY

Değerli meslektaşlarım ve iş ortaklarımız,

Tourism Explorer dergisinin ikinci sayısını sizlerle paylaşmanın memnuniyetini yaşıyoruz. İlk sayımıza gelen yoğun ilgi ve değerli geri bildirimler, sektörün nabzını tutma ve B2B odaklı doğru içerikler üretme misyonumuzu daha da pekiştirdi.

HelloOtel olarak platformumuzun önceliklerinden biri, turistlerin tatil deneyimlerinin kalitesini artırmaktır. Bu doğrultuda, otelciler, turizm acenteleri ve misafirler arasında iletişimi kolaylaştıracak çözümler geliştirmeye devam ediyoruz. Hedefimiz, uluslararası turizm profesyonellerinin bir araya gelerek bilgi paylaşımında bulunduğu, birlikte ürettiği ve geleceği şekillendirdiği bir ekosistem yaratmak.

Bu vizyon doğrultusunda, 3-7 Mayıs 2025 tarihleri arasında Antalya'da düzenlediğimiz HelloOtel International Travel Agents Forum etkinliğiyle 2025 yaz turizm sezonunun resmi açılışını gerçekleştirdik. 26 ülkeden 500'ün üzerinde katılımcıyı ağırladığımız bu organizasyonla Antalya, beş gün boyunca küresel turizm diyalogunun kalbine dönüştü. Etkinlik boyunca toplamda 5406 B2B görüşme gerçekleştirilerek sektör profesyonelleri arasında güçlü iş bağlantıları kuruldu. Bu görüşmeler hem mevcut işbirliklerini derinleştirdi hem de yeni iş fırsatlarının önün açtı.

Bu ikinci sayımız da aynı vizyonla hazırlandı: Farklı ülkelerden ve uzmanlık alanlarından turizm profesyonellerinin deneyim, içgörü ve öngörülerini bir araya getirmekle kalmıyor, ayrıca yükselen destinasyonlara, sektörel trendlere ve pazarlama stratejilerine odaklanan özel içeriklerle de zenginleşiyor. Hedefimiz; HelloOtel çatısı altında gelişen bu ekosistemi, bilgi ve deneyim paylaşımıyla destekleyerek, turizm sektöründe daha bağlantılı, daha dayanıklı ve dönüşüme açık bir yapı inşa edilmesine katkı sunmak.

Yeni sayımızın sizlere ilham vermesini, yeni işbirliklerine ve açılımlara zemin hazırlamasını temenni ederim.

Saygılarımla,
Sabir Mizam



A New Era at Munich Airport: The Luggage-Free Travel Concept

Comfort of Flying Without Luggage

Passengers no longer carry their suitcases during check-in. Munich Airport's new system ensures that bags are collected from the hotel and transported directly to the aircraft hold. Travelers arrive at the terminal with just their hand luggage.

Entire Process in Your Pocket with a Mobile App

Check-in is completed in seconds via the airport's mobile app. Passengers can track their luggage in real time and proceed to their departure gate without any physical procedures.

Hospitality and Aviation: A Seamless Partnership

The system works in integration with hotels in the region, offering great convenience—especially for tourists with long stays and business travelers. On the last day of their stay, guests experience no stress over baggage handling.

Sustainability and Efficiency

This service not only eases passenger flow but also boosts operational efficiency. It reduces congestion inside the terminal and shortens baggage queues. Following Munich, airports like Frankfurt and Zurich are also expected to adopt the system.

Münih Havalimanı'nda Yeni Dönem: Bagajsız Seyahat Konsepti

Bagajsız Uçuş Konforu

Yolcular artık check-in sırasında bagaj taşıyor. Münih Havalimanı'nın yeni sistemi, valizlerin otelden alınarak doğru-
dan uçak altına gönderilmesini sağlıyor. Bu sayede terminale gelen yolcu, yalnızca el çantasıyla seyahat ediyor.

Mobil Uygulamayla Tüm Süreç Cebinizde

Check-in işlemleri, havalimanı uygulaması üzerinden saniyeler içinde tamamlanıyor. Yolcu, valizinin konumunu canlı olarak takip edebiliyor ve uçuş kapısına yönelmeden önce hiçbir fiziki işlem yapmıyor.

Konaklama ve Havacılık Sektörü El Ele

Sistem, bölgedeki otellerle entegre çalışıyor. Bu işbirliği, özellikle uzun konaklama yapan turistler ve iş insanları için büyük kolaylık sağlıyor. Konaklamanın son günü herhangi bir bagaj stresi yaşanmıyor.

Sürdürülebilirlik ve Verimlilik

Yolcu akışını rahatlatan bu uygulama aynı zamanda operasyonel verimliliği de artırıyor. Terminal içi yoğunluk azalırken, bagaj sıraları da kısalıyor. Münih'in ardından Frankfurt ve Zürih gibi havalimanlarının da bu sistemi entegre etmesi bekleniyor.

The New Luxury in Tourism: Personalized Guest Experience

Not One-Size-Fits-All, But One-of-a-Kind Service

Today's traveler is no longer looking for standard packages—they seek experiences tailored to their personal preferences. This makes personalization the key to standing out in a competitive market. It's not just about the accommodation itself: recommendations that align with guests' habits, preferences, and lifestyles are now an essential part of the experience. For example, arranging a room layout based on selections made during booking can leave a strong impression right from the first interaction.

Not Just Data-Driven, But Emotionally Intelligent

Personalization begins with data—but it finds its power in emotional connection. Recommending local coworking spaces to a business traveler or a gallery to an art enthusiast is not just about delivering information—it's about demonstrating understanding. Of course, this approach requires careful balance: respecting guest privacy is crucial. Ethically analyzing data and transforming it into genuine hospitality is what defines success in this area.

Not About Opulence, But About Thoughtfulness

Personalization isn't limited to five-star resorts. Small and boutique hotels can make a big impact with intimate touches: greeting guests by name, leaving a handwritten note in the room, or having a favorite tea prepared in the morning. Sometimes, these gestures are more powerful than multimillion-dollar investments.

The Future Belongs to Those Who Know Their Guests

In hospitality, personalization means stepping beyond the mold and turning each guest into a unique story. Guests don't just want to be hosted—they want to be understood. Properties that embrace this mindset will not only be chosen but remembered—and revisited.

Turizmde Yeni Lüks: Kişiselleştirilmiş Misafir Deneyimi

Herkese Uygun Değil, Herkese Özel Hizmet

Bugünün gezgini, paket hizmetlerden çok, kendine göre şekillenen deneyimler arıyor. Bu da kişiselleştirmeyi rekabette farklılaşmanın anahtarı haline getiriyor. Konu yalnızca konaklama değil: misafirlerin tercihleri, alışkanlıkları ve yaşam tarzları doğrultusunda sunulan öneriler artık deneyimin ayrılmaz bir parçası. Örneğin, rezervasyon aşamasında alınan tercihlerle misafire özel oda düzeni sağlamak, konaklamanın ilk temas noktasında çok fark yaratabiliyor. Ya da misafirin daha önceki ziyaretlerinden hatırlanan kahvaltı tercihiyle günü karşılamak, sadece memnuniyet değil, bağlılık da yaratıyor.

Veriyle Değil, Duyguyla Hizmet

Kişiselleştirme veriyle başlar; ancak duyguyla güçlenir. İş seyahatindeki bir konuga çevredeki coworking alanlarını önermek ya da sanatla ilgilenen gezgine yerel bir sergiyi tavsiye etmek, yalnızca bilgi sunmak değil; anlayış göstermek anlamına da gelir. Tabii burada dikkat edilmesi gereken hassas bir çizgi var: misafir mahremiyetini gözetmek. Verileri etik şekilde analiz edip, samimiyetle hizmete dönüştürebilmek, bu yaklaşımın başarısını belirleyen temel unsur.

Lüks Değil, Yakınlık

Kişiselleştirme yalnızca beş yıldızlı tesislerin ayrıcalığı değil. Küçük ve butik oteller, samimi dokunuşlarla büyük farklar yaratabilir. Misafirin ismiyle karşılanması, odasında el yazısıyla bırakılmış bir not, sevdiği çayı sabah hazır bulması... Bazen milyonluk yatırımlardan çok daha etkili olabilir.

Gelecek, Misafirini Tanıyanların Olacak

Turizmde kişiselleştirme, kalıpların dışına çıkıp her misafiri ayrı bir hikâyeye dönüştürmeyi hedefliyor. Misafir yalnızca ağır lanmak değil, anlaşılacak istiyor. Bu anlayışı benimseyen tesisler, yalnızca tercih edilmekle kalmayacak, tekrar tekrar hatırlanacak.



High Demand, High Expectations: Which Services Are Travel Agencies Highlighting?

Changing consumer behavior in tourism is no longer limited to vacation preferences - it's reshaping how travel services are delivered. And the ones who feel the pulse of this transformation most acutely are the travel agencies working directly in the field. In today's competitive market, agencies are no longer just intermediaries making sales; they've become strategic partners managing the customer experience from start to finish. Data from the field and user feedback clearly reflect this evolution.

At the forefront is the shift from standardized packages to flexible and personalized services. Especially among mid-to-upper segment travelers, there's a rapidly growing demand for tailor-made travel designs. Agencies are no longer offering just accommodations - they now integrate a wide range of services from end-to-end destination planning to private transfers, guided tours, local gastronomy experiences, and more. This layered approach not only makes clients feel valued but also strengthens long-term loyalty.

Another key area is the growing expectation for multi-channel, fast, and digital service solutions. Everything is mobile now - which means agencies are expected to be present not just in offices, but in travelers' pockets. Younger and more professional travelers value speed, transparency, and personalized information when making decisions. As a result, digital platforms, reservation apps, and online consultation services have become almost indispensable.

Talep Yüksek, Beklenti Büyük: Acenteler Hangi Hizmetleri Öne Çıkıyor?

Turizmde değişen tüketici davranışları artık yalnızca tatil tercihlerine değil, seyahat hizmetlerinin sunum biçimine de yön veriyor. Bu dönüşümün kalp atışlarını ise en yakından hissedenler, sahada birebir çalışan seyahat acenteleri. Bugünün rekabetçi pazarında acenteler, yalnızca satış yapan aracı olmaktan çıkıp, müşteri deneyimini yöneten stratejik yol arkadaşlarına dönüşmüş durumda. Alandan gelen veriler ve kullanıcı geri bildirimleri de bu dönüşümün nabzını net biçimde ortaya koyuyor.

İlk sırada, standartlaşmanın yerini esnek ve kişiselleştirilmiş hizmetlere bırakması var. Özellikle orta-üst segment gezginler arasında, "tailor-made" yani kişiye özel seyahat tasarımlarına yönelik talep hızla artıyor. Acenteler artık sadece konaklama değil; uçtan uca destinasyon planlaması, özel transfer organizasyonları, rehberlik hizmetleri, yerel gastronomi deneyimleri gibi çok katmanlı bir yapıyı bir araya getirerek seyahati bir deneyime dönüştürüyor. Bu yaklaşım, müşteriye "önemsendiğini" hissettirirken, uzun vadeli bağlılığı da güçlendiriyor.

Dikkat çeken bir diğer alan ise çok kanallı, hızlı ve dijital çözüm odaklı hizmet beklentisi. Artık her şey mobil; bu nedenle acentelerin sadece ofiste değil, cebinizde de olması bekleniyor. Genç ve profesyonel gezginler, karar sürecinde hız, şeffaflık ve kişiselleştirilmiş bilgiye önem veriyor. Bu da dijital platformlar, rezervasyon uygulamaları ve çevrimiçi danışmanlık hizmetlerini neredeyse vazgeçilmez hale getiriyor.

Ayrıca, tematik ve anlam odaklı turizm ürünleri artık yalnızca bir trend değil, yeni nesil gezginlerin seyahat motivasyonlarının temelini oluşturuyor. Sağlık ve well-ness turlarından doğa yürüyüşlerine, yerel kültürle etkileşimli rotalardan "slow travel" deneyimlerine kadar genişleyen bu alan, seyahati bir 'kaçış'tan çok bir 'arayış'a dönüştürüyor. Acenteler ise lokal iş birlikleriyle bu deneyimleri zenginleştiriyor ve destinasyonları sıradışılıkla öne çıkarıyor.

The Era of Metatourism Has Begun: The First Avatar-Based Hotel Opens in the Maldives!

With virtual reality technology, "traveling without going" is now possible. The age of metatourism is here: avatars strolling on the beach, virtual cocktails, and digital sunsets...

Tourism enters a new dimension in 2025: no suitcase, no flights, no jet lag... but yes to the sea, the sunset, the spa-and most importantly, you-or rather, your digital twin: your avatar. A virtual hotel called MetaEscape Maldives began welcoming beta users earlier this year. By connecting via VR headsets, users enter a one-to-one digital replica of one of the Maldives' most popular resort hotels. From check-in to yoga sessions, sunset happy hour to spa experiences, everything is meticulously simulated.

What Is Metatourism?

Metatourism refers to digitally experiencing travel destinations without being physically present. The next level? Feeling the experience firsthand. Thanks to artificial intelligence, haptic touch technology, and immersive audio engineering, users can now feel the sensation of walking on sand, hear ocean waves and wind simulations, and even enjoy massage-like vibrations through their chairs.

Metatourism doesn't completely replace traditional travel, of course. But it makes tourism more accessible, transforms marketing strategies, and creates a more inclusive experience. Though it may sound like a futuristic fantasy for now, virtual projects for Pamukkale, Cappadocia, and Bozcaada in Türkiye are already being discussed for the 2026 summer season.

Metaturizm Dönemi Başladı: Avatarla Gidilen İlk Otel Maldivler'de Açıldı!

Sanal gerçeklik teknolojisiyle "gitmeden gitmek" artık mümkün. Metaturizm dönemi başlıyor: Plajda yürüyen avatarlar, sanal kokteyller ve dijital gün batımları...

Turizm 2025'te yeni bir boyuta geçiyor: Burada bavul yok, uçuş yok, jet lag yok... Ama deniz var, gün batımı var, spa var. Ve tabii ki siz - ya da daha doğrusu, sizin dijital ikiziniz: avatarınız. MetaEscape Maldives adlı sanal otel, bu yıl başında beta kullanıcılarını ağırlamaya başladı. Sanal gerçeklik gözlükleriyle bağlanan kullanıcılar, Maldivler'in en popüler resort otellerinden birinin birebir modellenmiş haline giriyor. Üstelik check-in'den yoga seansına, gün batımı happy hour'ına kadar her şey birebir simüle edilmiş durumda.

Metaturizm Nedir?

Metaturizm kısaca, tatil destinasyonlarını fiziksel olarak ziyaret etmeden, dijital ortamda deneyimlemek anlamına geliyor. Bunun bir adım sonrası ise "birebir hissederek" deneyimlemek! Yapay zekâ, haptik dokunuş teknolojisi ve ses mühendisliği sayesinde şu anda kumsalda yürüme hissi, dalga sesleri ve rüzgâr simülasyonu, masaj ritmini taklit eden koltuk titreşimleri sunulabiliyor.

Ne Yapabiliyorsunuz?

Avatarınızla otele check-in yapıyorsunuz.

Deniz kenarında yürüyüşe çıkabiliyorsunuz.

Spa rezervasyonu yapıp sanal masaj "hissiyatı" alıyorsunuz.

Kokteyl barında oturup başka avatarlarla sosyalleşebiliyorsunuz.

Yoga dersi, paddle board, akşam partisi gibi aktivitelere dijital olarak katılabiliyorsunuz.

Ve tüm bunları yapmak için ihtiyacınız olan tek şey: bir adet VR gözlük ve 60 dakikalık boş bir zaman dilimi.

CONTENTS / İÇİNDEKİLER

12



**5 Days,
26 Countries,
500 Delegates**
*5 Gün, 26 Ülke,
500 Temsilci*

26



**Exclusivity
Redefined at
Antalya Airport**
*Antalya
Havalimanı'nda
Ayrıcalığın
Yeni Tanımı*

32



Global Vision
Global Vizyon

50



**Turkish Breakfast
Named the Best in
the World**
*TasteAtlas 2023: Türk
Kahvaltısı Dünyanın
En İyisi Seçildi*

54



**Kilikya Palace
Göynük**

TOURISM
EXPLORER

www.tourism-explorer.com

60



**Through The
Camera's Eye:
Istanbul**
*Kameranın gözünden
İstanbul*

68



**Four Countries,
Four Perspectives**
*Dört Ülke,
Dört Yaklaşım*

76



Chef Ömer Yalçın
Şef Ömer Yalçın

84



Tourist Helper

90



**The Art of
Wellness in
Thailand**
*Tayland'da
Wellness Sanatı*

96



Atlas Hotel Baku

102



**Honeymoon
in Egypt**
Mısır'da Balayı

5 Days, 26 Countries, 500 Delegates

The Tourism Season Opens at the HelloOtel International Travel Agents Forum in Antalya

Antalya'da 5 Gün, 26 Ülke, 500 Temsilci:

*Turizm Sezonu HelloOtel International Travel
Agents Forum'da Açıldı*

Held in Antalya from May 3-7, 2025, the HelloOtel International Travel Agents Forum began with an opening party at Kilikya Palace Göynük. Kemer Mayor Necati Topaloğlu delivered the opening speech at the event, which brought together over 500 tour operators and travel agency representatives from 26 different countries. Tourism professionals gathered at Mirage Park Resort Hotel to mark the beginning of the summer season. As a Tourism Explorer team, we were there too-capturing insights from select forum participants for our readers.

3-7 Mayıs 2025 tarihleri arasında Antalya'da düzenlenen HelloOtel International Travel Agents Forum, 3 Mayıs akşamı Kilikya Palace Göynük'te gerçekleştirilen açılış partisiyle başladı. Açılış konuşmasını Kemer Belediye Başkanı Necati Topaloğlu'nun yaptığı forumda, 26 farklı ülkeden gelen 500'ü aşkın tur operatörü ve seyahat acentesi temsilcisi bir araya geldi. Mirage Park Resort Hotel'de buluşan sektör profesyonelleri, yaz sezonunu birlikte karşıladı. Biz de Tourism Explorer ailesi olarak bu etkinlikteydik ve okurlarımız için forum katılımcılarından bazıları ile kısa söyleşiler gerçekleştirdik.

HelloOtel
Turbomarketing
MARKETING SYSTEMS



JENYA MELESHINA

Steigenberger Aldau Resort
Assistant Marketing Manager

“WHEN GERMAN DISCIPLINE MEETS EGYPTIAN HOSPITALITY, A LOYAL GUEST BASE BECOMES INEVITABLE.”

One of the strongest tourism destinations in the MENA region, Egypt is experiencing a remarkable resurgence post-pandemic. We had the opportunity to speak with Jenya Meleshina, Assistant Marketing Manager of the acclaimed Steigenberger Aldau Resort, a key player in this revival.

FACE-TO-FACE ENGAGEMENT THROUGH THE FORUM

“This is my first time participating in such a large-scale event in Türkiye. Events like these - where agencies and hoteliers interact directly - are invaluable. The chance for professionals to personally present themselves, answer questions on the spot, and share their experience is fantastic. We’re very grateful to HelloOtel for making this possible.”

STEIGENBERGER STANDARD: GLOBAL QUALITY, LOCAL SENSIBILITY

Our hotel is part of a renowned German chain, so we blend German discipline with Egyptian hospitality to deliver a high-standard service experience. Sustainability and hygiene are always our top priorities. Most of our guests are German, and many of them return time after time—which we take as a clear validation of our mission.

TURKISH GUESTS ARE A KEY FOCUS

Interest from Turkish tourists is growing,” Meleshina added. “It’s important for us that guests from Türkiye feel completely at home with us.

JENYA MELESHINA

Steigenberger Aldau Resort
Assistant Marketing Manager

“ALMAN DISIPLINIYİLE MISIR MISAFIRPERVERLİĞİ BİRLEŞİNCE, SADIK BİR KONUK KİTLESİ KAÇINILMAZ OLUYOR.”

rtadoğu ve Kuzey Afrika’nın en güçlü turizm destinasyonlarından biri olan Mısır, pandemi sonrası yeniden yükselişe geçmiş durumda. Bizler de bu yükselişte önemli rol oynayan ve bölgedeki hizmet kalitesiyle dikkat çeken Steigenberger ALDAU Resort’un Satış Direktörü Jenya Meleshina ile kısa ama kapsamlı bir söyleşi gerçekleştirdik.

FORUM ARACILIĞIYLA ETKİLEŞİM

Türkiye’de ilk defa böylesi büyük bir etkinliğe katılıyorum. Çok sayıda acentanın ve otelcinin bir arada bulunduğu bu tür etkinlikler açıkçası çok önemli. Birebir etkileşimin olduğu bu gibi bir etkinlikte profesyonellerin kendilerini bizzat açıklaması, gelen soruları şahsen cevaplaması ve deneyimlerini yüz yüze aktarabilmesi müthiş bir olanak. HelloOtel’e bu anlamda müteşekkirim.

STEIGENBERG KALİTESİ – ULUSLARARASI STANDART, YEREL DUYARLILIK

Otelimiz, Almanya merkezli büyük bir zincirin parçası. Dolayısıyla Alman disiplinini Mısır’ın misafirperverliğiyle buluşturduğumuz yüksek kalite bir hizmet anlayışımız var. Sürdürülebilirlik politikaları ve yüksek hijyen standartları her daim önceliğimiz. Çoğunluğu Alman olan misafirlerimiz genellikle otelimizi tekrar tekrar ziyaret ederler, bu da bizim açımızdan misyonumuzu yerine getirmenin en açık göstergesidir.

TÜRK MISAFİRLER BİZİM İÇİN ÖNEMLİ

Son dönemde Türk turistlerin Mısır’a olan ilgisinin arttığını belirten Jenya Hanım sözlerini şöyle tamamlıyor; “Türkiye’den gelen misafirlerin kendilerini evlerinde gibi hissetmelerini önemsiyoruz.”



İZZET BOZOĞLAN

Granada Luxury Resort
Sales & Marketing Representative

“AT GRANADA, LUXURY ISN’T JUST A PRIVILEGE-IT’S AN ACCESSIBLE EXPERIENCE.”

Operating four facilities in Alanya and Belek, Granada Luxury Resort is among the prominent players in the Mediterranean tourism landscape. We spoke with Sales & Marketing Representative İzzet Bozoğlu about the resort’s service philosophy and its participation in the forum.

FORUM SATISFACTION

This is our second time participating in the forum organized under HelloOtel. Compared to last year, we’re happy to see even more attendees. Events like this are always beneficial for tourism professionals. We get to share detailed information about our properties in one-on-one meetings with agency owners and ensure they know exactly who to contact.

GRANADA’S UNIQUE APPROACH

Granada appeals to all age groups. Our goal is to offer not only luxury but also a wide range of accessible services tailored to each guest’s needs. For families with children, we provide extensive amenities, and for adult-only travelers, our +13 beachfront hotel offers a peaceful getaway. Our Belek facility spans 100,000 square meters and offers guests a variety of high-end experiences, from an amusement park and aquapark to a semi-Olympic pool, Maldives-style villas, and a dynamic ‘Snack Street’ food court.

MARKET SHARE

In Belek, about 60% of our summer guests are European, primarily from the UK and Baltic countries. The CIS region accounts for about 15%, and domestic Turkish tourists for another 15%.

İZZET BOZOĞLAN

Granada Luxury Resort
Sales & Marketing Representative

“GRANADA’DA LÜKS SADECE BİR AYRICALIK DEĞİL, ERIŞİLEBİLİR BİR DENEYİM ANLAYIŞI.”

Granada Luxury Resort Akdeniz’in gözde beldelerinden olan Alanya ve Belek’te, misafir deneyimini lüks ve konforla harmanlayan dört tesisi ile sektörde öne çıkan isimlerden biri. Tesislerin hizmet detaylarını Granada Luxury Resort’un Satış ve Pazarlama Temsilcisi İzzet Bozoğlu’ndan dinledik.

FORUM MEMNUNİYETİ

HelloOtel bünyesinde düzenlenen foruma Granada Luxury Resort olarak bu yıl ikinci katılışımız. Bu sene geçen yıla oranla daha fazla katılımcı görmek bizi memnun etti. Bu tür organizasyonlar biz turizm profesyonelleri için her zaman çok faydalı oluyor. Acentalarla yaptığımız birebir görüşmelerde tesisimizi daha detaylı anlatma fırsatı buluyoruz, acenta sahiplerine kartvizitlerimizi veriyoruz ki, bu sayede onlar da gerektiğinde iletişim kurabilecekleri kişilerle tanışmış oluyorlar.

GRANADA’NIN HİZMET ANLAYIŞI

Granada her yaş grubuna hitap eden bir tesis. Bizler sadece lüks değil, aynı zamanda erişilebilir ve çok çeşitli hizmetler sunma gayretindeyiz. Bu anlamda her misafirin beklentisine göre uygun alanlarımız mevcut. Çocuklu ailelerin rahat bir tatil geçirebilmesi için sunulan geniş olanaklarımızın yanı sıra +13 ve denize sıfır otelimizle de çocuksuz tatilcilere daha sakın bir seyahat deneyimi sunuyoruz. Belek tesisimiz 100.000 m2 üzerine kurulu bir otel olup, lunaparkı, aquaparkı, yarı olimpiik havuzu, Maldive evleri, Snake (Street Food) caddesi gibi çok çeşitli olanaklarıyla misafirlere yüksek kalite hizmetler sunmaktadır.

PAZAR PAYI

Belek tesisimizde bilhassa yaz aylarında %60 civarında Avrupalı turist konaklıyor. Çoğunluğunu İngilizlerin oluşturduğu misafir grubumuzda Baltık Bölgelerinden gelen turistler de bulunuyor. BDT ülkeleri Pazar payımızın yaklaşık %15’ini oluştururken, bir diğer %15’lik kısmında da yerli turistlerimiz yer alıyor.



SELÇUK YAMAÇ

Maxeria Blue Didyma
General Manager

**“SOMETIMES IT’S THE REGION,
SOMETIMES THE HOTEL - BUT
MAXERIA BLUE DIDYMA MANAGES
TO ELEVATE BOTH.”**

Located in the serene Akbük Bay of Didim, Maxeria Blue Didyma has been gaining attention for its focus on service quality and guest satisfaction. We sat down with General Manager Selçuk Yamaç to discuss the resort’s philosophy and the growing interest in Didim.

DIDIM IN THE SPOTLIGHT: A COASTAL GEM ON THE RISE

At Maxeria, we place great importance on promoting our region. Didim, with its historical charm and fantastic climate, is part of the Ministry’s development zones and is set to shine even brighter. Our hotel, located in Akbük, is distinguished by its high service standards.

GUEST-CENTERED SERVICE PHILOSOPHY

We specialize in family and child-friendly concepts but also offer a versatile experience for all guests. From our 24-hour restaurant and Starbucks café to our premium culinary offerings, we focus on delivering top-quality service. Our restaurant features gourmet dishes from both Aegean and international cuisines, as well as regional Turkish delicacies, including desserts and traditional breakfasts crafted by chefs from Gaziantep and Hatay.

INTERNATIONAL MARKET PRESENCE

Our guest base is primarily British and German, with additional visitors from Poland, the Czech Republic, and Slovakia. While the CIS market is currently slower, we are confident it will rebound.

SELÇUK YAMAÇ

Maxeria Blue Didyma
General Manager

**“KIMI ZAMAN BİR BÖLGE ÖNE ÇIKAR,
KIMI ZAMAN BİR TESİS. MAXERIA
BLUE DIDYMA İSE HER İKİSİNİ BİRDEN
PARLATMAYI BAŞARIYOR.”**

Ege’nin huzurlu kıyılarından biri olan Didim, Akbük Koyu’nda yer alan Maxeria Blue Didyma, bu sezon artan ilgi ve kalite odaklı hizmet anlayışıyla özellikle dikkat çekiyor. HelloOtel bünyesinde gerçekleştirilen forumun turizm profesyonelleri açısından çok özel bir yerde olduğunu belirten Otel müdürü Selçuk Yamaç ile gerçekleştirdiğimiz söyleşide otelin hizmet anlayışını, misafir profilini ve sektördeki kalitesiyle aldığı ödülleri konuştuk.

YÜKSELEN BİR İLGİ – DIDİM’E OLAN TALEP ARTIYOR

Biz Maxeria Blue Didyma ailesi olarak her şeyden önce insanlara bölgemizi tanıtmaya çalışıyoruz, zira önce bölgenin tanıtılması önemlidir. Didim, tarihi güzellikleri ve müthiş iklimiyle Bakanlığın proje alanlarından biri ve önümüzdeki süreçte bilhassa parlayacak bir destinasyon. Maxeria Blue Didyma da Akbük yarımadasında, Akbük koyuna konumlanmış, hizmet kalitesiyle fark yaratan bir otel.

MAXERIA’DA MISAFİR MEMNUNİYETİ ODAKLI YAKLAŞIM

Bizler genellikle çocuk konseptine ağırlık veren bir oteliz. Buna karşın her zevke hitap eden çok iyi organize edilmiş bir konseptin de sahibiyiz. 24 saat açık restoran ve barımız, Starbucks kafemiz, üst düzey mutfığımızla misafirlerimize yüksek kalite bir hizmet sunuyoruz. Restoranımızda Ege ve dünya mutfaklarına ait seçkin, gurme lezzetlerin yanı sıra geleneksel Türk mutfağına da ağırlık veriyoruz. Antepli ve Hataylı ustalarımızın elinden çıkan tatlılar ve yöreye özgü geleneksel Ege kahvaltısı gibi seçkin alternatiflerimiz mevcut.

ULUSLARARASI PAZAR

İngiliz ve Alman müşterilerimizin yoğunluğu oluşturduğunu söylemek mümkün. Bunun yanı sıra Polonya, Çek Cumhuriyeti ve Slovakya gibi farklı bölgelerden gelen misafirlerimiz de var. BDT pazarı şu süreçte biraz durgun, ancak ilerleyen süreçte bu pazarın da kendini toparlayacağına olan inancımız yüksek.



ALENA KOZYREVA

Sunrise Resort & Cruises Egypt
Marketing Distribution Manager

**“SUNRISE REPRESENTS THE MOST
REFINED FORM OF PERSONALIZED
EXPERIENCE IN EGYPT”**

Sunrise Resort & Cruises Egypt, one of Egypt’s established tourism brands, focuses on differentiating itself not only in hospitality but also in guest experience. Alena Kozyreva, Marketing and Distribution Manager, shared the brand’s service philosophy and vision with us.

FORUM EXPERIENCE

HelloOtel organized a very special event in Kemer. I found this platform, which brought many agencies together, extremely useful. I hope the number of such global events increases over time. Sharing our experiences together here is wonderful.

THE ADDRESS FOR LUXURY HOLIDAYS IN EGYPT

We are one of the largest hotel chains in Egypt with over twenty properties. Sunrise is more than a hotel brand; the spirit of our brand is shaped by the importance we give to experience. As we expand our service variety and experience zones, we pay special attention to luxury segment guests. Today’s guest expectations are much more individual, and we customize our systems accordingly.

STRONG AND STRATEGIC TURKISH MARKET

Kozyreva noted the increasing interest of Turkish guests in luxury hotels: “Türkiye is an important market for us. We have a strong connection with Turkish guests due to cultural closeness and service expectations.”

ALENA KOZYREVA

Sunrise Resort & Cruises Egypt
Marketing Distribution Manager

**“SUNRISE, KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ
DENEYİMİN MİSİR’DAKİ EN RAFİNE
HALİ.”**

Mısır’ın köklü turizm markalarından biri olan Sunrise Resort & Cruises Egypt, yalnızca otelcilik değil, aynı zamanda misafir deneyimi açısından da fark yaratmaya odaklanıyor. Markanın Pazarlama ve Dağıtım Müdürü Alena Kozyreva, Sunrise’in hizmet anlayışını ve genel vizyonunu bizlerle paylaştı.

FORUM DENEYİMİ

HelloOtel Kemer’de çok özel bir etkinlik organize etmiş. Pek çok acentayı bir araya getiren bu platformu her açıdan çok yararlı buldum. Umuyorum ki bu tür global etkinliklerin sayısı süreç içinde daha da artış gösterir. Burada hep birlikte deneyimlerimizi paylaşıyor olmak çok güzel.

MİSİR’DA LÜKS TATILIN ADRESİ

Bizler Sunrise ailesi olarak Mısır’ın en büyük otel zincirlerinden biriyiz, bölgede yirmiden fazla otelimiz bulunmakta. Sunrise sadece bir otel markası değil; markamızın ruhu deneyime verdiğimiz önemle şekilleniyor. Hizmet çeşitliliğimiz ve deneyim alanlarımız her geçen gün genişlerken, lüks segment misafirlerin memnuniyetini bilhassa önemsiyoruz. Günümüzde misafir beklentileri çok daha bireysel. Biz de sistemlerimizi buna göre özelleştiriyoruz.

TÜRKİYE PAZARI – GÜÇLÜ VE STRATEJİK

Türk misafirlerin özellikle lüks segmentteki otellere ilgisinin arttığını belirten Kozyreva sözlerini şöyle tamamlıyor; “Türkiye bizim için önemli bir Pazar. Hem kültürel yakınlık hem de hizmet beklentileri açısından Türk misafirlerle güzel bir bağımız var.”



MUTLU COŞKUN

Sealife Group Hotels
General Coordinator

“SEALIFE DEFINES COASTAL HOSPITALITY NOT ONLY WITH ACCOMMODATION BUT WITH SUSTAINABLE BRANDING”

Sealife Group Hotels, one of Antalya’s long-established hotel chains, focuses on guest satisfaction and sustainable success again this season. Mutlu Coşkun, General Coordinator, shared the hotel’s outlook for the 2025 season with Tourism Explorer readers.

THE IMPORTANCE OF ATTENDING THE FORUM

The primary importance of such fairs is advancing our branding. Secondly, we can present detailed updates about our facilities directly to current partners and agencies, enabling face-to-face interaction. This always adds value during the season. Tourism is becoming more global every day, and keeping up is not easy. But the HelloOtel team manages this very well. Tourism Explorer magazine is the latest proof of this. I wish you many more issues!

SEALIFE CONCEPT

As the Sealife family, we offer products for various segments with resorts in Alanya, Kemer, and Konyaaltı. These include Sealife Family Resort, Porto Bello Resort & Spa Hotel, Sealife Lounge, Sealife Kemer Resort, Sealife Buket Resort and Sealife Royal Suites.

HELLOOTEL SUPPORT

We established a joint roadmap with HelloOtel Turbo Marketing from its inception and have seen mutual benefits. We find this platform important for correctly expressing ourselves as a group and for conveying accurate information to guests.

MUTLU COŞKUN

Sealife Group Hotels
General Coordinator

“SEALIFE, SAHİL OTELCİLİĞİNİ S ADECE KONAKLAMAYLA DEĞİL, SÜRDÜRÜLEBİLİR MARKALAŞMAYLA TANIMLIYOR.”

Antalya’nın köklü otel zincirlerinden biri olan Sealife Resort Hotel, bu sezon da misafir memnuniyetine ve sürdürülebilir başarıya odaklanıyor. Sealife grubundan Genel Koordinatör Mutlu Coşkun, otelin 2025 sezonuna bakışını Tourism Explorer okurları için anlattı.

FORUMA KATILIMIN ÖNEMİ

Bu tür fuarların birincil önemi markalaşma anlamında bir adım daha yol katetmemiz. İkincisi ise halihazırda pazarda bulunan ortaklara ve acentalara tesislerimizde yaptığımız güncellemeleri detaylı biçimde aktarabiliyor ve yüz yüze etkileşime geçebiliyor olmak. Bu da sezon içerisinde her zaman artı bir puan demek. Turizm her geçen gün globalleşiyor ve buna ayak uydurmak elbette kolay değil. Fakat HelloOtel ekibi bunu gayet iyi yönetiyor. Tourism Explorer dergisi de bunun en yeni kanıtı. Sizlere daha nice sayılar diliyorum!

SEALIFE KONSEPTİ

Sealife ailesi olarak çok farklı segmentasyonlarda çeşitli ürünlerimiz mevcut. Alanya, Kemer ve Konyaaltı’nda olmak üzere farklı türde resort otellerimiz var. Sealife Family Resort, Porto Bello Resort & Spa Hotel, Sealife Lounge, Sealife Kemer Resort, Sealife Buket Resort ve Sealife Royal Suites gibi. Sağlık turizmi, business ve spor gibi çeşitli çalışma alanlarımız da bulunmakta.

HELLOOTEL DESTEĞİ

HelloOtel Turbo Marketing ilk çıktığı andan itibaren kendileriyle ortak bir yol haritası belirledik ve bunun faydasını karşılıklı olarak görüyoruz. Kendimizi grup olarak doğru ifade etme anlamında ve misafirlere doğru bilgi aktarma açısından bu platformu önemli buluyoruz.



HAKAN ENGİN

Private OFM Antalya Hospital
Corporate and External Relations Manager

“OFM ANTALYA OFFERS NOT JUST TREATMENT BUT SPEED, TRUST, AND INTERNATIONAL-STANDARD HEALTH EXPERIENCES.”

In recent years, health tourism has become one of Türkiye’s fastest-growing international sectors. Standing out with infrastructure investments and medical expertise, Türkiye is now a preferred center not only regionally but globally. We discussed the present and future of health tourism with Hakan Engin, Corporate and External Relations Manager of Private OFM Antalya Hospital.

TÜRKİYE HAS BECOME A TRUSTED BRAND

Türkiye has made significant progress in health tourism recently. We are no longer just a country offering price advantages but one delivering quality services and trust. Especially in dental health, hair transplantation, cosmetic surgery, and organ transplants, Türkiye has made great strides. We will definitely stand out more in these fields in the future.

THE EUROPEAN MARKET PREFERS US

Engin explained the increase in patients from Germany, the Netherlands, and the UK: “Waiting times in Europe are very long. People prefer Türkiye for faster, affordable, and quality healthcare. They also combine their treatment with a holiday here. Additionally, we see strong demand from Azerbaijan, Kyrgyzstan, Kazakhstan, and Georgia.

PRIVATE OFM ANTALYA HOSPITAL

Our hospital is located in Antalya city center, 8 km from the airport. It is a 9-story facility with 71 patient rooms and 48 intensive care beds, equipped with state-of-the-art medical devices sourced from Germany, meeting EU standards.”

HAKAN ENGİN

Private OFM Antalya Hospital
Corporate and External Relations Manager

“OFM ANTALYA, YALNIZCA TEDAVİ DEĞİL; HIZ, GÜVEN VE ULUSLARARASI STANDARTLARDA SAĞLIK DENEYİMİ SUNUYOR.”

Sağlık turizmi son yıllarda Türkiye’nin uluslararası alanda en hızlı yükselen sektörlerinden biri haline geldi. Gerek altyapı yatırımları gerekse hekim kalitesiyle öne çıkan Türkiye, artık yalnızca bölgesel çapta değil, küresel anlamda da tercih edilen bir merkez konumunda. Özel OFM Antalya Hastanesi’nden Kurumsal ve Dış İlişkiler Müdürü Hakan Engin’le gerçekleştirdiğimiz bu söyleşide sağlık turizminin bugünü ve yarını üzerine konuştuk.

TÜRKİYE GÜVEN VEREN BİR MARKA OLDU

Türkiye son dönemde sağlık turizminde çok ciddi mesafe katetti. Artık sadece fiyat avantajı sunan bir ülke değiliz, kaliteli hizmet veren ve güven uyandıran bir ülkeyiz. Bilhassa ağız ve diş sağlığı, saç ekimi, estetik cerrahi ve organ naklinde Türkiye oldukça iyi bir gelişme kaydetti. İlerleyen süreçte bu alanda çok daha öne çıkacağımız kesin.

AVRUPA PAZARI BİZİ TERCİH EDİYOR

Özellikle Almanya, Hollanda ve İngiltere’den gelen hastaların sayısında büyük artış olduğunu belirten Engin, bu artışın sebebini şöyle açıklıyor: “Avrupa’da bekleme süreleri çok uzun. İnsanlar hem daha hızlı hem de daha uygun fiyata kaliteli hizmet almak adına Türkiye’yi tercih ediyor. Üstelik tatillerini de burada geçirebiliyorlar. Ayrıca Azerbaycan, Kırgızistan, Kazakistan ve Gürcistan gibi ülkelerden de yoğun bir talep görüyoruz.”

ÖZEL OFM ANTALYA HASTANESİ

Hastanemiz Antalya il merkezinde, havaalanına 8 km. mesafede 9 katlı, 48 yoğun bakım yatağıyla 71 hasta odalı, son teknoloji özellikli, Almanya kaynaklı tıbbi cihazlarla donatılmış Avrupa Birliği standartlarında bir hastanedir. Hastanemizde çok büyük bir özveriyle çalıştığımızı söylemek isterim. Aslında birincil hizmetimiz, Turizm Sağlığı. Antalya’dan Muğla’ya kadar farklı illerden gelen hastalarımız mevcut. Çok geniş bir alanda hizmet veriyoruz.



Next-Gen Hospitality:

Pricing Policies Managed by Algorithms

Yeni Nesil Otelcilik:

Algoritmalarla Yönetilen Fiyat Politikası

HOTELS USING AI-BASED SYSTEMS HAVE SEEN A 12% INCREASE IN OCCUPANCY RATES.

The era of fixed pricing in tourism is coming to an end. Room rates are now being updated in real time—not just based on demand but on dozens of data points including weather conditions and trending events on social media. AI-driven dynamic pricing is rewriting the rules of the tourism industry.

PRICING IS NOW MANAGED 'LIVE'

Traditional price lists have been replaced by real-time, AI-supported pricing engines. These systems analyze booking flow to automatically raise rates during periods of high demand and offer promotions during lulls to maintain occupancy levels. This allows hotels to respond much more nimbly to seasonal fluctuations.

Widely adopted by major hotel chains, these systems analyze a range of factors such as date, location, occupancy levels, competitor pricing, weather conditions, exchange rates, and even social media trends to make instant pricing decisions. As a result, room prices now vary not just by day, but sometimes even by the hour.

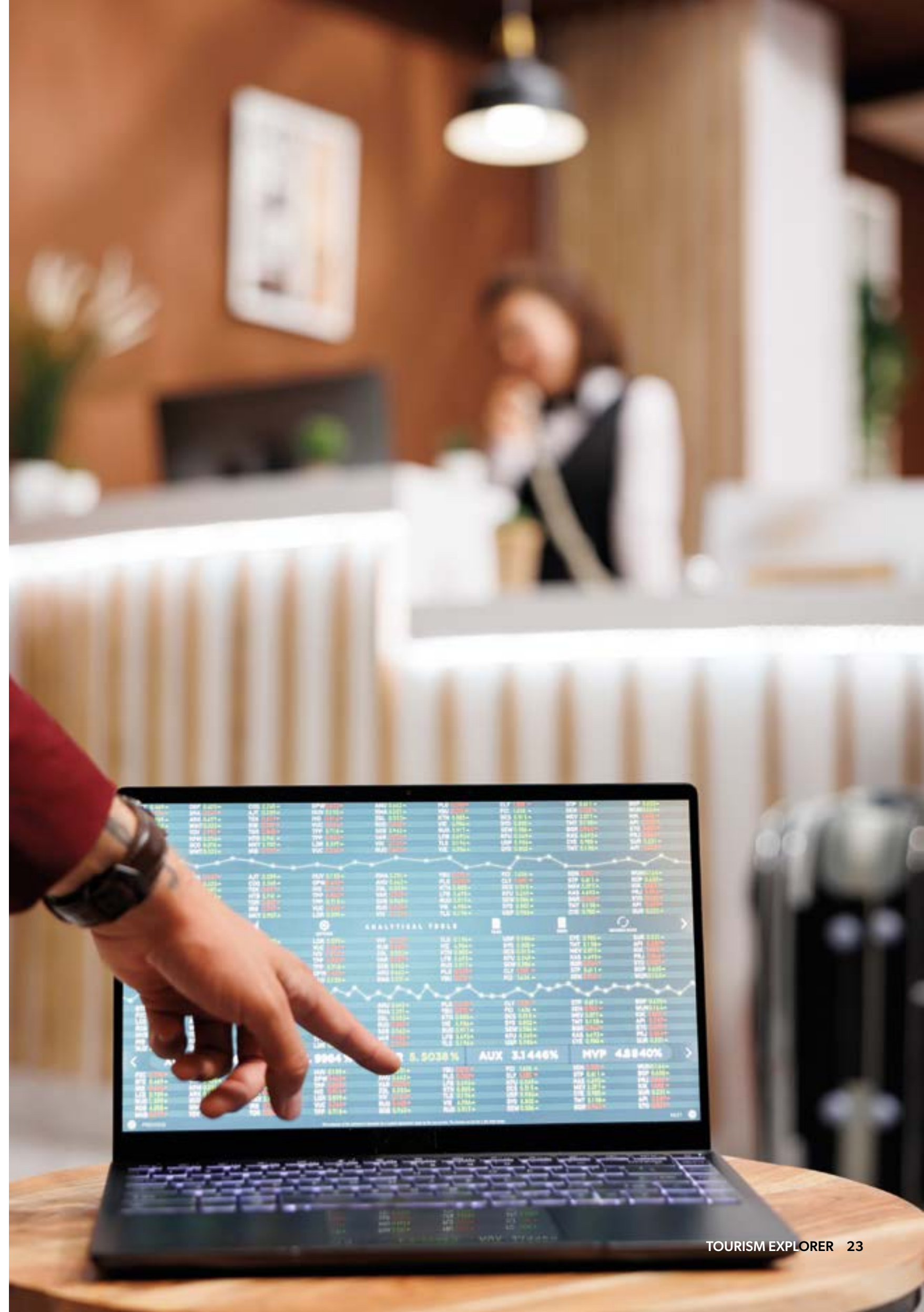
AI TABANLI SİSTEMLERLE ÇALIŞAN OTELLERDE DOLULUK ORANI %12 ARTTI.

Turizm sektöründe sabit fiyat dönemi sona eriyor. Oda fiyatları artık yalnızca talebe değil, hava durumundan sosyal medyadaki etkinlik trendlerine kadar onlarca veriye göre anlık olarak güncelleniyor. Yapay zekâ destekli dinamik fiyatlandırma, turizm sektöründe oyunun kurallarını yeni baştan yazıyor.

FIYATLAR ARTIK 'CANLI' YÖNETİLİYOR

Geleneksel fiyat listelerinin yerini artık gerçek zamanlı, yapay zekâ destekli fiyatlandırma motorları aldı. Bu sistemler, rezervasyon akışını analiz ederek talep artışlarında fiyatları otomatik olarak yükseltiyor; talebin azaldığı dönemlerde ise promosyon önerileriyle doluluk oranını koruyor. Bu sayede oteller, sezon dalgalanmalarına çok daha çevik bir biçimde yanıt verebiliyor.

Özellikle büyük otel zincirlerinde kullanılan bu sistemler, tarih, konum, doluluk, rakip fiyatları, hava durumu, döviz kuru ve hatta sosyal medya trendleri gibi faktörleri analiz ederek anlık kararlar alıyor. Yani artık oda fiyatı sadece gününe değil, neredeyse saate göre bile değişkenlik gösterebiliyor.





HOW AI IS TRANSFORMING PRICING STRATEGY

AI doesn't just analyze data-it learns continuously. Algorithms review past booking trends, cancellation rates, and guest behavior patterns to predict future booking tendencies. This gives hotel managers a clear mathematical answer to the question, "What price will ensure optimal occupancy?"

More importantly, AI optimizes not just pricing but also timing. By analyzing when bookings are made from specific countries, the system can time its price updates accordingly-offering a key competitive advantage in international tourism.

GUEST PROFILES ARE NOW PRICE INFLUENCERS

Dynamic pricing can now be applied at the individual level. Guests enrolled in loyalty programs or displaying specific booking behaviors can receive customized offers. For example, a guest who has stayed at the same hotel during the same period over the past three years might be exempt from this year's price increase. This approach rewards loyalty and boosts satisfaction.

Additionally, personalized pricing suggestions—based on how long a user spends on the website, what room types they browse, and what steps they take in the booking funnel—are now actively featured on many luxury hotel websites.

YAPAY ZEKÂ FİYATLANDIRMA SÜRECİNİ NASIL DEĞİŞTİRİYOR?

Yapay zekâ sadece veri analizi yapmıyor; sürekli olarak öğreniyor da. Otelin geçmiş rezervasyon verilerini, iptal oranlarını ve misafir davranış kalıplarını analiz eden algoritmalar, gelecekteki rezervasyon eğilimlerini kolaylıkla tahmin edebiliyor. Böylece otel yöneticilerine "ne kadar fiyat verirsem daha yüksek doluluk oranı sağlarım?" sorusunun matematiksel karşılığı açıkça sunuluyor.

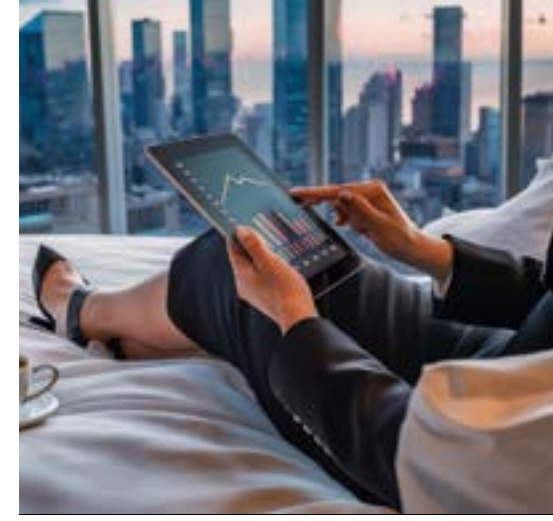
Daha da önemlisi: yapay zekâ yalnızca fiyatı değil, fiyatın zamanlamasını da optimize ediyor. Hangi saat aralığında hangi ülkeden rezervasyon geldiğini analiz eden sistemler, fiyat güncellemelerini hedef kitleye göre zamanlayabiliyor. Özellikle uluslararası turizmde bu durum önemli bir rekabet avantajı sağlıyor.

MISAFİR PROFİLİ FİYATI BELİRLİYOR

Dinamik fiyatlandırma artık bireysel düzeyde bile uygulanabilir durumda. Sadakat programlarına üye olan veya belirli rezervasyon davranışları sergileyen misafirlere özel teklifler sunmak gayet mümkün. Örneğin, son üç yılda aynı dönemde aynı otelde kalan bir misafir, bu yıl fiyat artışlarından muaf tutulabiliyor. Bu sistem hem sadakati ödüllendiriyor hem de müşteri memnuniyetini artırıyor. Ayrıca kullanıcıların web sitesinde geçirdiği süreye, incelediği oda tiplerine ve izlediği rezervasyon adımlarına göre geri bildirim veren kişiselleştirilmiş fiyat teklifleri artık birçok lüks otelin web sayfasında aktif vaziyette.

GELİR YÖNETİCİLERİ İÇİN YENİ BİR DÖNEM

Yapay zekâ destekli fiyatlandırma sistemleri, Revenue Management (gelir yönetimi) ekiplerinin iş yükünü azaltırken aynı zamanda stratejik kararları daha hızlı almalarını sağlıyor. Otel yöneticileri için bu sistemler, yalnızca kârı maksimize etmek değil; aynı zamanda doğru misafiri, doğru zamanda, doğru fiyata kazanmak anlamına geliyor. Bu durum özellikle şehir otelleri, resort



A NEW ERA FOR REVENUE MANAGERS

AI-powered pricing systems not only reduce the workload of Revenue Management teams but also enable faster, more strategic decision-making. For hotel managers, this isn't just about maximizing profit-it's about securing the right guest, at the right time, at the right price. This is especially critical for city hotels, resort properties, and large businesses focused on MICE tourism, where offering different prices to different guests on the same night isn't surprising but a professionally managed necessity.

CAN SMALL HOTELS KEEP UP?

Yes-but they need scalable software solutions. Today, many local and international tech firms offer subscription-based, cloud-based dynamic pricing systems tailored for small and mid-sized hotels.

These platforms make AI advantages more affordable and accessible. The biggest opportunity for small hotels lies in integrating with channel management systems, enabling them to automatically update prices across online platforms. This reduces manual errors, saves time, and enhances competitiveness.

THE FUTURE: PREVENTATIVE STRATEGY AND HYPER-PERSONALIZATION

In the near future, dynamic pricing systems are expected to expand beyond hotels into areas like villa rentals, cruises, and experience-based tourism. In the "price + experience" equation, systems without AI will struggle to stay competitive.

These technologies focus not just on pricing, but also on emotion. By analyzing a user's holiday search history, the system can predict whether someone is looking for "a quiet getaway" or "an escape into nature," offering hyper-personalized recommendations accordingly.

tesisler ve kongre turizmi yapan büyük işletmeler için hayati önem taşıyor. Çünkü aynı tesiste, aynı gece içinde farklı misafirlere farklı fiyatlar sunulabiliyor - ve bu durum şaşırtıcı olmaktan öte profesyonelce yönetilen bir gereklilik.

KÜÇÜK OTELLER BU SİSTEME UYUM SAĞLAYABİLİR Mİ?

Elbette, ancak bunun için ölçeklenebilir yazılım çözümleri gerekiyor. Bugün birçok yerli ve yabancı firma, küçük ve orta ölçekli oteller için abonelik bazlı, bulut tabanlı dinamik fiyatlandırma sistemleri sunuyor. Bu sistemler, yapay zekânın avantajlarını daha uygun maliyetlerle erişilebilir hale getiriyor. Küçük oteller için en önemli fırsat, kanal yönetimi (channel manager) sistemleriyle entegre çalışarak online platformlarda otomatik fiyat güncellemeleri yapabilmek. Böylece hem manuel hataların önüne geçiliyor hem zaman kazanılıyor hem de rekabet gücü korunmuş oluyor.

GELECEK: ÖNLEYİCİ STRATEJİLER VE HİPER-KİŞİSELLEŞTİRME

Önümüzdeki yıllarda dinamik fiyatlandırma sistemlerinin sadece otel sektöründe değil, villa kiralama, cruise seyahatleri ve deneyim turizmi gibi alanlara da yayılması bekleniyor. "Fiyat + deneyim" denklemine yapay zekâ ile çalışmayan sistemlerin rekabet gücü giderek azalacak.

Bu teknolojiler yalnızca fiyata değil, duyguya da odaklanıyor. Kullanıcının tatil arama geçmişinden aldığı verileri analiz ederek, "bu kişi nispeten sakin bir tatil planlıyor" ya da "şehirden uzaklaşıp doğada olmak istiyor" gibi öngörüler sunan yapılar, hiper-kişiselleştirilmiş teklifler sunabilecek.

Exclusivity Redefined at Antalya Airport

Antalya Havalimanı'nda
Ayrıcalığın Yeni Tanımı

A NEW STANDARD OF LUXURY TRAVEL

Exclusivity has been truly redefined with the transformation of Antalya Airport. Introducing FTA Exclusive Lounges, a visionary hospitality concept that reshapes the modern travel experience. Built under a single, refined brand, FTA Exclusive Lounges, bring together three tiers of elevated service Comfort, Elite, Premium each designed to meet the diverse needs of today's travelers, all with the signature elegance of Antalya's evolving international identity.

LÜKS SEYAHATIN YENİ STANDARDI

Antalya Havalimanı'nda yaşanan dönüşümle birlikte "ayrıcalık" kavramı tamamen yeniden tanımlandı. FTA Exclusive Lounges markası altında hayata geçirilen bu vizyoner misafir ağırlama konsepti, modern seyahat deneyimini kökten değiştiriyor. Antalya'nın gelişen uluslararası kimliğini yansıtan şıklıkla tasarlanan FTA Exclusive Lounges; Comfort, Elite ve Premium olmak üzere üç farklı hizmet katmanıyla günümüz yolcularının çeşitli beklentilerine yüksek standartlarda yanıt veriyor.

Previously known as CIP Services, the exclusive offerings have evolved significantly this year. Blooming in spring with the opening of the new lounges, FTA Exclusive Lounges unites all exclusive services under one brand, marking a major transformation in both service design and brand architecture.

Önceden CIP Services olarak bilinen ayrıcalıklı hizmetler, bu yıl büyük bir evrim geçirdi. Bahar aylarında açılan yeni lounge alanlarıyla FTA Exclusive Lounges tüm özel hizmetleri tek bir çatı altında birleştirerek hem hizmet tasarımında hem de marka yapısında önemli bir dönüşüme imza attı.

Comfort delivers essential lounge amenities, paired with FTA's signature attention to service and detail.



Elite offers a refined experience with time-efficient advantages and dedicated spaces designed for those who seek efficiency without compromising on style or service. With thoughtful conveniences and a high-end environment, Elite is ideal for those who value their time and appreciate comfort with distinction.

Premium represents the highest expression of comfort and discretion within the FTA Exclusive Lounges offerings. Reserved for those who value complete privacy and exceptional service, this tier provides access to an entirely private area styled with the sophistication of a luxury hotel. A dedicated entrance welcomes guests into a calm, seamless experience, supported by personal assistants, gourmet dining, curated entertainment, and apron-side private vehicle transfers that deliver travelers directly to their aircraft.

EXCELLENCE IN EVERY DETAIL

Whether it's a quiet moment in a massage room, a gourmet meal, or entertainment options like billiards and console games, every element of FTA Exclusive Lounges are curated to elevate the time spent at the airport. This isn't just a lounge - it's a seamless continuation of your luxury experience.

ANTALYA: THE RISING GLOBAL DESTINATION FOR LUXURY TRAVEL

As Antalya Airport evolves into a hub of high-end hospitality, FTA Exclusive Lounges stand at the heart of this transformation.

With its renowned resorts and curated travel offerings, Antalya was already a rising star - now, with the airport's transformation and FTA Exclusive Lounges, it confidently claims its spot among the world's top luxury destinations.

Comfort - Temel lounge olanaklarının yanı sıra, FTA'nın özenli hizmet anlayışı ve detaylara verdiği önemle tamamlanıyor..

Elite - Zamanın verimli kullanımı ve kişiselleştirilmiş alanlarıyla, stil ve konfordan ödün vermeden seyahat etmek isteyenlere hitap ediyor. Yüksek kaliteli ortam ve özel imkanlarla, zamanı değerli olan yolcular için ideal bir deneyim sunuyor.



Premium - FTA Exclusive Lounges'in sunduğu en üst düzey konfor ve mahremiyetin simgesi. Tamamen kişiye özel bir giriş, lüks otel konforunda tasarlanmış özel alanlar, kişisel asistan hizmeti, gurme lezzetler, seçkin eğlence seçenekleri ve apron üzerinden doğrudan uçağa transfer ayrıcalıkları ile benzersiz bir seyahat deneyimi vadediyor.

MÜKEMMELLİK DETAYLARDA GIZLI

İster masaj odasında huzurlu bir an, ister gurme bir yemek, ister bilardo ve konsol oyunları ile geçen eğlenceli dakikalar olsun FTA Exclusive Lounges, havalimanında geçirilen zamanı lüks bir deneyime dönüştürüyor. Bu sadece bir lounge değil; konforunuzun ve şıklığınızın yolculuk boyunca kesintisiz devam ettiği ayrıcalıklı bir alan.

ANTALYA: LÜKS SEYAHATIN YÜKSELEN GLOBAL MERKEZİ

Antalya Havalimanı'nın yüksek standartlı misafir ağırlama vizyonu ile geçirdiği dönüşümün merkezinde FTA Exclusive Lounges yer alıyor. Zaten dünyaca ünlü tatil köyleri ve seçkin seyahat deneyimleriyle dikkat çeken Antalya, bu yeni yatırımla dünyanın önde gelen lüks destinasyonları arasında iddialı bir konum elde ediyor.

As the Tourism Explorer editorial team, we sat down with Serkan KARAHATAY, CCO of Fraport TAV Antalya Airport, to discuss this bold new vision, the evolving expectations in luxury travel, and the future of Antalya Airport.

Tourism Explorer: Which passenger profile was targeted in the design and service content of the new Premium Lounge and Elite Lounge?

Serkan Karahatay: Our new Elite Lounge and Premium Lounge were conceptualized to meet the expectations of distinct segments within the high-value traveler profile - each with its own definition of exclusivity and comfort.

The **Elite Lounge** is designed for travelers who value efficiency, guided service, and elevated travel comfort. From the moment they arrive, passengers benefit from exclusive services including dedicated check-in and security passage, escorted passport control, and continuous assistance all the way to the lounge. The lounge itself offers a spacious and calming environment where guests can unwind or stay productive. Optional amenities such as a PlayStation room, massage services, premium beverages from the bar, and à la carte dining create a high-quality, personalized pre-flight experience.

On the other hand, the **Premium Lounge** was developed for those seeking the pinnacle of luxury and absolute privacy. They access the lounge through a completely private entrance and are provided with exclusive apron-side transfers during both arrival and departure. Designed like a boutique hotel suite, the Premium Lounge includes an ultra-all-inclusive concept, featuring game zones with billiards and PlayStation, a premium selection bar, à la carte gourmet meals, and massage services. Every detail ensures that the airport is an integral part of a seamless luxury journey with the high quality service.

In short, while both lounges target the upper-tier traveler, the Elite Lounge serves those who value streamlined, high-comfort experiences, whereas the Premium Lounge is crafted for travelers who prioritize complete discretion, exclusivity, and an uninterrupted luxury ecosystem.



Bizler de Turizm Explorer ekibi olarak, Fraport TAV Antalya Havalimanı CCO'su Serkan Karahatay ile bu cesur vizyonu, lüks seyahatte değişen beklentileri ve Antalya Havalimanı'nın geleceğini konuştuk.

Tourism Explorer: Yeni Premium ve Elite Lounge alanlarının tasarımında hedeflenen yolcu profili kimlerdir?

Serkan Karahatay: Yeni Elite ve Premium Lounge konseptlerimiz, yüksek değerli yolcu profili içinde yer alan farklı segmentlerin beklentilerini karşılamak üzere tasarlandı. Her segment, ayrıcalık ve konforu kendi bakış açısıyla tanımlıyor.

Elite Lounge - zaman yönetimine önem veren, yönlendirme ve yüksek konfor arayan yolcular için ideal. Özel check-in ve güvenlik geçişinden, refakatli pasaport kontrolüne kadar süren kesintisiz destek, yolculuk boyunca konforu garantiliyor. Lounge alanı ise geniş, huzurlu ve üretken kalmak isteyen yolcular için çok uygun. PlayStation odası, masaj hizmeti, seçkin içecekler ve à la carte yemek seçenekleriyle kişisel bir seyahat öncesi deneyim sunuyor.

Premium Lounge - ise lüksün ve tam mahremiyetin zirvesini arayan yolcular için geliştirildi. Tamamen özel bir giriş, apron üzerinden doğrudan uçağa transfer imkanı, ultra her şey dahil konsepti, oyun alanları, bilardo, PlayStation, seçkin bar seçenekleri, gurme à la carte yemekler ve masaj hizmetleriyle kusursuz bir deneyim sunuluyor. Havalimanı, yüksek standartlı yolculuğun ayrılmaz bir parçasına dönüşüyor.

Özetle, iki lounge da üst segment yolcu kitlesine hitap ediyor; ancak Elite Lounge zamanı verimli kullanan konfor odaklı yolcular için, Premium Lounge ise mahremiyet, ayrıcalık ve kesintisiz lüksü önceliklendiren yolcular için tasarlandı.

Tourism Explorer: How will this lounge investment strengthen Antalya Airport's position in the international market?

Serkan Karahatay: This strategic investment reinforces Antalya Airport's status as a premium gateway on the international stage. By aligning our infrastructure with the expectations of high-end global travelers, we differentiate Antalya from other regional airports. The new Premium Lounge demonstrates our commitment to not only high-volume tourism but also high-quality service, catering to a segment that values consistency, luxury, and attention to detail. As the airport becomes a seamless extension of the destination itself, it enhances Antalya's image as a world-class tourism hub. Such advancements are pivotal in attracting luxury hotels, luxury travel operators, and VIP clientele - positioning Antalya Airport as both a logistical center and a benchmark for excellence in passenger experience.

Tourism Explorer: What kind of collaboration do you foresee between the airport, hotels, and tour operators?

Serkan Karahatay: We believe the airport is the starting point of a destination's hospitality, and collaboration with hotels and tour operators is key to delivering a consistent guest experience. Our partnerships aim to extend the same level of luxury and personalized service offered by the hotels into the airport environment - ensuring an uninterrupted, end-to-end experience.

Antalya is a diverse holiday destination, offering everything from budget-friendly getaways to ultra-luxurious villa retreats. The hotels and agencies we collaborate with also segment their guest services accordingly. Through our diversified lounge offerings, we can now mirror this range - ensuring that each travel profile finds a service that fits their expectations.

For instance, Premium Lounge services are a perfect match for guests staying in high-end villas or suites at Antalya's luxury hotels. These travelers often seek the same levels of privacy and personalized service throughout their journey, and our Premium concept allows them to carry that experience seamlessly from hotel to airport. By aligning our service model with our partners' segmentation strategies, we ensure that the guest experience remains fluid, personalized, and coherent - from first arrival to final departure.

Tourism Explorer: Bu lounge yatırımı Antalya Havalimanı'nın uluslararası pazardaki konumunu nasıl güçlendirecek?

Serkan Karahatay: Bu stratejik yatırım, Antalya Havalimanı'nı uluslararası sahnede birinci sınıf bir giriş noktası olarak konumlandırıyor. Altyapımızı, üst segment yolcu kitlesinin beklentileriyle uyumlu hâle getirerek Antalya'yı bölgedeki diğer havalimanlarından ayırtıyoruz. Premium Lounge, sadece yüksek hacimli turizme değil, aynı zamanda yüksek kaliteli hizmet anlayışına olan bağlılığımızı gösteriyor. Havalimanı, artık Antalya destinasyonunun doğal bir uzantısı olarak konumlanıyor; bu da Antalya'yı dünya çapında üst segment turizm merkezi hâline getiriyor. Bu tür gelişmeler; lüks otelleri, üst düzey seyahat operatörlerini ve VIP misafirleri çekmek açısından kritik öneme sahip.

Tourism Explorer: Havalimanı, oteller ve tur operatörleri arasında nasıl bir işbirliği öngörüyorsunuz?

Serkan Karahatay: Havalimanı, bir destinasyonun misafirperverlik deneyiminin başladığı ilk noktadır. Oteller ve tur operatörleriyle iş birliği, konuk deneyiminin tutarlı bir şekilde sürdürülmesi için kilit rol oynuyor. Amacımız; otellerin sunduğu kişiselleştirilmiş hizmet kalitesini havalimanı deneyimine entegre ederek kesintisiz bir seyahat süreci yaratmak.

Antalya, ekonomik tatil seçeneklerinden ultra lüks villa konaklamalarına kadar geniş bir yelpaze sunuyor. İş birliği yaptığımız oteller ve acenteler de kendi hizmet anlayışlarını bu çeşitliliğe göre şekillendiriyor. Lounge hizmetlerimiz sayesinde her yolcu profiline hitap eden esnek seçenekler sunulabiliyor.

Örneğin, Premium Lounge hizmetleri, Antalya'nın lüks otellerinde villa veya süitlerde konaklayan misafirler için ideal. Bu yolcular, yolculuklarının her aşamasında mahremiyet ve kişiselleştirilmiş hizmet bekliyor. Biz de Premium konseptimizle otelden havalimanına kadar bu deneyimi kesintisiz bir şekilde sürdürüyoruz. Böylece tüm hizmet modelimiz, partnerlerimizin segmentasyon stratejileriyle uyum içinde ilerliyor.

Tourism Explorer: Günümüzde lüks kavramı sadece fiziksel konforla sınırlı değil. Size göre modern yolcular için "lüks" nasıl şekilleniyor?

Serkan Karahatay: Modern yolcular için lüks artık sadece fiziksel unsurlarla tanımlanmıyor; zamanlarına ve tercihlerine gösterilen saygı ön plana çıkıyor. Zaman yönetimi, kişisel alan ve kişiselleştirme, gerçek anlamda lüks deneyimin temelini oluşturuyor.



Tourism Explorer: Today, the concept of luxury goes beyond just physical comfort. In your opinion, how is the idea of "luxury" evolving for modern travelers?

Serkan Karahatay: Modern travelers increasingly define luxury not only by physical attributes, but by how their time and preferences are respected. Time efficiency, personal space, and customization now sit at the core of what makes an experience truly luxurious.

For many, luxury means having control - whether that's through exclusive passage services that minimize waiting, access to quiet spaces for reflection or productivity, or the ability to tailor their environment according to their mood. Some guests prioritize relaxation through amenities like massage rooms or gourmet dining, while others value digital connectivity and leisure spaces like game rooms or private entertainment zones. This is why our services are designed around flexibility and segmentation. By offering various personalized touchpoints, from curated food menus to private check-in lounges and lifestyle-based features, we meet travelers not only where they are - but how they want to feel. The future of luxury lies in the ability to adapt to individual expectations while creating a truly effortless and elevated sense of exclusivity.

Birçok yolcu için lüks; kontrolü elinde tutabilmek demek. Örneğin, özel geçiş hizmetleriyle bekleme sürelerinin minimize edilmesi, huzurlu alanlarda dinlenme veya çalışma imkanı sunulması ya da ortamın ruh haline göre şekillendirilmesi büyük önem taşıyor. Kimi misafir için masaj ve gurme lezzetler rahatlamayı ifade ederken, kimisi için dijital bağlantı ve özel eğlence alanları ön planda.

Bu nedenle, hizmetlerimizi esneklik ve segmentasyona göre kurguluyoruz. Kişiselleştirilmiş menülerden özel check-in alanlarına, yaşam tarzı odaklı özelliklerden özel hizmet noktalarına kadar farklı temas noktaları sunuyoruz. Yolcularımızın yalnızca nerede olduklarına değil, nasıl hissetmek istediklerine de odaklanıyoruz. Geleceğin lüksü; bireysel beklentilere uyum sağlarken zahmetsiz, özgün ve ayrıcalıklı bir deneyim sunabilmekte yatıyor.

Tourism Explorer: Yolcu deneyimini geliştirmek adına yakın gelecekte başka hangi yenilikleri planlıyorsunuz?

Serkan Karahatay: Gelecek vizyonumuz; dijital dönüşüm, sürdürülebilirlik ve kişiselleştirmeyi bir araya getiren hibrit bir stratejiye dayanıyor. Yapay zeka destekli hizmet platformları, biyometrik geçiş sistemleri ve yolcu davranışlarına anlık uyum sağlayan dinamik segmentasyon araçları planlarımız arasında.

Ayrıca sürdürülebilir inovasyon önceliğimiz. Enerji verimliliği, tek kullanımlık materyallerin azaltılması ve yeme-içme alanlarında yerel tedarikçi kullanımını teşvik ediyoruz. Lounge ve hizmetlerimizi sadece konfor ve hız odaklı değil, çevresel sorumluluk bilinciyle yeniden tasarlıyoruz. Sürdürülebilir yaklaşımı yolcu deneyiminin her aşamasına entegre ederek, hem yolculara hem de gezegenimize hizmet eden, geleceğe hazır bir havalimanı ekosistemi yaratmayı hedefliyoruz. Gerçek lüks; çevresel ve sosyal sorumlulukla el ele yürümeli.



Global Vision:

Predictions from Industry Professionals

Global Bakış:

Sektör Profesyonellerinden Öngörüler



Tourism professionals from a wide geography - including Uzbekistan, Kazakhstan, Georgia, Tunisia, and Russia - continue to share their insights and experiences on the 2025 tourism season. These experienced voices offer valuable reflections on evolving traveler preferences, digital transformation, sustainability, new destination trends, and the growing role of B2B networks. As the global tourism landscape continues to shift, their perspectives provide an essential compass for industry professionals navigating this dynamic terrain.

Özbekistan, Kazakistan, Gürcistan, Tunus ve Rusya gibi farklı coğrafyalardan turizm profesyonelleri, 2025 turizm sezonuna dair deneyimlerini paylaşmaya devam ediyor. Deneyimli isimler; değişen turist beklentileri, dijital dönüşüm, sürdürülebilirlik, yeni destinasyon trendleri ve B2B işbirliklerinin artan rolü üzerine kapsamlı değerlendirmeler sunuyor. Hızla değişen küresel turizm ortamında, bu görüşler sektördeki profesyoneller için güçlü bir yol gösterici niteliği taşıyor.



Gulchekhra Israilova

Chairwoman
Association of Private Tourist
Organizations of Uzbekistan

26 Years of Developing the Hospitality Industry

Over the past quarter-century, the Association of Private Tourist Organizations of Uzbekistan (APTOU) has become a key driver in the country's tourism industry. Founded in 1998 with government support, the association today unites over 300 market participants - from major tour operators to family-run guesthouses - creating a unified professional ecosystem.

APTOU's main areas of activity include advocating for its members' interests, developing human resources, and promoting Uzbekistan on the global tourism stage. In the past seven years, more than 5,000 professionals have completed its training programs. Regular workshops, webinars, and international internships help tourism professionals stay up to date with the latest trends.

Special focus is placed on sustainable tourism initiatives. In 2024, with support from USAID, a large-scale regional project was implemented. It included the creation of a certification system for accommodation providers, the introduction of a star classification for guesthouses, the development of cross-border tourism packages across Central Asia, and digital skills training for small and medium-sized business owners.

TashkentTravelMart - 2024:

A New Level of Professional Dialogue

A highlight of the year was the international TashkentTravelMart exhibition, which gathered representatives from 25 countries. One of the standout events was the TRAVELHUB Uzbekistan conference, focused on the digital transformation of the industry. The B2B sessions led to the signing of over 150 promising contracts.

"Modern tourism is unthinkable without deep digitalization," APTOU notes. "The adoption of AI solutions, process automation, and the development of digital skills are now essential for competitiveness."

Özbekistan Özel Turizm Kuruluşları Derneği: Misafirperverlik Endüstrisinde 26 Yıllık Gelişim

Son çeyrek yüzyılda, Özbekistan Özel Turizm Kuruluşları Derneği (ÖTKD), ülkenin turizm sektörünün başlıca itici güçlerinden biri haline geldi. 1998 yılında hükümet desteğiyle kurulan dernek, bugün büyük tur operatörlerinden aile işletmesi konaklama tesislerine kadar 300'ün üzerinde sektörel katılımcıyı bir araya getirerek bütünsel bir profesyonel ekosistem oluşturuyor.

Derneğin temel faaliyet alanları; üyelerinin haklarını savunmak, insan kaynağı gelişimini desteklemek ve Özbekistan'ın turizm potansiyelini uluslararası alanda tanıtmaktır. Son 7 yılda 5.000'den fazla sektör profesyoneli, ÖTKD'nin eğitim programlarından geçti. Düzenli olarak gerçekleştirilen atölyeler, web seminerleri ve uluslararası staj programları, sektör temsilcilerinin güncel trendleri yakından takip etmesini sağlıyor.

Sürdürülebilir turizme yönelik projelere özellikle önem veriliyor. 2024 yılında USAID desteğiyle yürütülen kapsamlı bir bölgesel proje kapsamında; konaklama tesisleri için bir sertifikasyon sistemi geliştirildi, misafirhaneler için yıldız sınıflandırması uygulamaya konuldu, Orta Asya çapında sınır ötesi tur paketleri oluşturuldu ve KOBİ sahiplerine dijital beceriler kazandırıldı.

TashkentTravelMart-2024: Profesyonel Diyalogda Yeni Bir Seviye

Yılın öne çıkan etkinliklerinden biri, 25 ülkeden temsilcileri bir araya getiren uluslararası TashkentTravelMart fuarı oldu. Etkinlik kapsamında düzenlenen TRAVELHUB Uzbekistan konferansı ise turizm sektörünün dijital dönüşümüne odaklanarak büyük ilgi gördü. İki günlük B2B görüşmeler sonucunda 150'den fazla umut vadeden anlaşmaya imza atıldı.

"Modern turizm, derinlemesine dijitalleşme olmadan artık düşünülemez," diyor ÖTKD yetkilileri. "Yapay zekâ çözümlerinin benimsenmesi, süreçlerin otomasyonu ve dijital yetkinliklerin geliştirilmesi, rekabetçi kalmak için artık vazgeçilmez."

26 yıllık faaliyet süresince ÖTKD yalnızca Özbek turizm sektörünü güçlendirmekle kalmadı, aynı zamanda bölgesel düzeyde profesyonel diyalogu da niteliksel olarak bir üst seviyeye taşıdı.



Fathi Mrad

Director
WAVE TRAVEL AGENCY / Hammamet, Tunisia

Tourist Season 2025: A View from Tunisia

Fathi Mrad, Director of Wave Travel Agency and a tourism professional with twenty years of experience, shares his expert perspective on the current season. According to him, the top three destinations of 2025 are Türkiye, Thailand, and Tunisia itself, which offers unique opportunities for alternative tourism, business travel, and excursion programs.

Among the key challenges of the season, visa restrictions stand out most significantly. Mrad rates them the highest possible-10 out of 10-in terms of difficulty. Temporary restrictions on direct flights also affect agency operations. However, there is no noticeable shortage of air transportation, and the activity of online aggregators is considered moderate.

An analysis of the client base shows that most travelers are looking for the optimal balance between price and quality, understanding the value of reasonable compromise. Around 60% are willing to pay for quality, but within a defined budget. VIP clients and those choosing solely based on the lowest price represent a very small share.

For successful performance this season, Fathi Mrad highlights several especially important factors. Personal relationships with hoteliers are of primary importance, allowing for quick resolution of any client issues. Continuous staff training through educational platforms and webinars is also critical. Particular attention is given to digital marketing. Finally, professional interaction on B2B platforms, where best practices can be shared across the industry, rounds out the list.

"Today, success in tourism depends on balancing tradition and innovation," notes Fathi Mrad. "It is the only way to guarantee impeccable service for clients."

2025 Turizm Sezonu: Tunus'tan Bir Bakış

Yirmi yıllık turizm tecrübesine sahip Wave Travel Ajansı Direktörü Fathi Mrad, mevcut sezona dair uzman görüşlerini bizlerle paylaşıyor. Kendisinin aktardığına göre, 2025'in en çok tercih edilen üç destinasyonu Türkiye, Tayland ve alternatif turizm, iş seyahatleri ve kültürel geziler için eşsiz olanaklar sunan Tunus oldu.

Sezonun temel zorlukları arasında vize kısıtlamaları özellikle öne çıkıyor. Mrad, bu kısıtlamaları zorluk derecesi açısından 10 üzerinden 10 olarak değerlendiriyor. Direkt uçuşlara getirilen geçici sınırlamalar da acentelerin çalışma sistemini etkiliyor. Buna rağmen havayolu taşımacılığında bir eksiklik gözlemlenmiyor ve çevrimiçi seyahat platformlarının etkinliği ise orta seviyede seyrediyor.

Müşteri portföyü analizine göre, turistlerin büyük çoğunluğu fiyat ile kalite arasında en iyi dengeyi arıyor ve makul bir uzlaşının değerini biliyor. Yaklaşık %60'ı kaliteli hizmet için belirli bir bütçe dâhilinde ödeme yapmaya hazır. Yalnızca en düşük fiyatı hedefleyen ya da VIP hizmet talep eden müşteri oranı ise oldukça düşük.

Bu sezon başarılı olabilmek için Fathi Mrad birkaç önemli unsura dikkat çekiyor. Otel yöneticileriyle kişisel ilişkiler öncelikli önem taşıyor, çünkü bu sayede müşteri talepleri hızlıca çözülebiliyor. Personelin eğitim platformları ve web seminerleri aracılığıyla sürekli olarak gelişimi de aynı derecede önemli. Dijital pazarlamaya da özel önem veriliyor. Listenin sonunda ise sektörel en iyi uygulamaların paylaşılabildiği B2B platformlarında profesyonel etkileşim geliyor.

"Bugün turizmde başarı, gelenek ile yeniliğin dengeli bir şekilde harmanlanmasına bağlı," diyor Fathi Mrad. "Müşterilere kusursuz hizmet garantisi vermenin tek yolu bu."



Mamuka Jikia

Director
NOVATOUR / Tbilisi, Georgia

2025 Turizm Sezonu: Gürcistan'dan Bir Bakış

20 yıllık sektör tecrübesine sahip Gürcü tur operatörü Novatour'un yöneticisi Mamuka Jikia'ya göre, 2025 sezonu belirgin bazı eğilimlerle öne çıkıyor. Geleneksel destinasyonlar liderliğini sürdürmeye devam ediyor: turistler Türkiye'de plaj tatillerini, Mısır'ın güneşini, tarihi zenginlikleriyle Yunanistan'ı, lüks BAE'yi ve egzotik Maldivler'i tercih ediyor.

Ancak 2025 sezonu bazı zorluklarla da karşı karşıya. Ulaşım kısıtlamaları - uçuş sayısında ki azalma ve alışılmış rotalardaki değişiklikler - ciddi sorunlara neden oluyor. Vize süreçleri de ciddi bir engel haline gelmiş durumda; pek çok ülke vize koşullarını sıkılaştırdı ve işlem sürelerini uzattı. Buna ek olarak, büyük online seyahat platformlarıyla artan rekabet, seyahat acenteleri ve tur operatörlerinden hizmet kalitesine daha fazla odaklanmalarını gerektiriyor.

Günümüz turistleri dört ana gruba ayrılıyor: %10'u VIP müşteriler, %50'si kaliteyi önemseyen ancak bütçesi sınırlı olanlar, %25'i fiyat-kalite dengesini arayanlar, %15'i ise yalnızca en düşük fiyata odaklanan, konfordan ödün vermeye hazır olanlar.

Bu koşullarda başarılı olabilmek için Mamuka Jikia üç temel alana odaklanılmasını öneriyor. Öncelikle, sektörel etkinliklere katılım yoluyla sürekli eğitim ve mesleki gelişim büyük önem taşıyor. İkinci olarak, tur operatörlerinin potansiyelini önemli ölçüde artıran B2B platformlarının daha etkin kullanılması gerekiyor. Son olarak, partner acentelere yönelik etkili teşvik programlarının geliştirilip uygulanması büyük fayda sağlayacaktır.

Mamuka Jikia'nın vurguladığı gibi, hızla değişen turizm pazarında istikrarlı başarı ancak güncel bilgiye ve güvenilir iş ortaklıklarına dayalı bir stratejiyle mümkün.

Tourist Season 2025: A View from Georgia

According to Mamuka Jikia, an experienced head of the Georgian tour operator Novatour with 20 years in the industry, the current 2025 season is marked by several distinct trends. Traditional destinations continue to lead the market: tourists actively choose beach holidays in Türkiye, sunny Egypt, historically rich Greece, the luxurious UAE, and the exotic Maldives.

However, the 2025 season is not without its challenges. Major difficulties stem from transportation restrictions, including a reduced number of flights and changes to established routes. Visa issues have also become a serious concern, as many countries have tightened requirements and extended processing times. Additionally, growing competition from large online aggregators demands greater attention from travel agencies and tour operators to the quality of their services.

Today's tourists fall into four main categories: 10% are VIP clients, 50% value quality but have budget constraints, 25% seek a balance between price and quality, 15% choose solely based on the lowest price, often at the expense of comfort.

To succeed under these conditions, the expert recommends focusing on three key areas. First, continuous learning and professional development through participation in specialized industry events is essential. Second, it is important to make better use of B2B platforms, which significantly enhance a tour operator's potential. Finally, special attention should be given to the development and implementation of effective incentive programs for partner agencies.

As Mamuka Jikia emphasizes, in a rapidly evolving market, only up-to-date knowledge and strong, reliable partnerships can ensure sustainable success.



Reda Ammar

Touring Voyages Algerie
Sales and Marketing Manager

Tourism Season 2025: Realities and Prospects

Reda Ammar is a seasoned professional with 20 years of experience in the tourism industry, specializing in Sahara tours and cultural excursions. As Sales and Marketing Manager at Touring Voyages Algerie, he actively promotes Algeria as a unique destination that masterfully blends rich cultural heritage with thrilling Sahara adventures.

His expertise allows him to accurately identify current market trends and the expectations of travelers seeking the best value for money. In 2025, the industry is showing steady growth, quickly adapting to evolving economic realities and the shifting demands of modern tourists.

Despite increasing competition, Algeria continues to stand out thanks to its cultural depth and the captivating landscapes of the Sahara. However, success in today's market requires constant product innovation. A key trend is the rise of combined tour packages, merging historical sightseeing with adventure-based activities.

In the current landscape, strong B2B relationships are more crucial than ever. Mutually beneficial cooperation with hotels and local operators enables agencies to offer clients exclusive experiences and flexible pricing. A win-win strategy is no longer just a buzzword - it's a prerequisite for sustainable business.

In 2025, digital marketing has reached new heights. Beyond traditional advertising tools, virtual tours, AI-powered travel assistants, and personalized itinerary recommendations are playing an increasingly important role. Trend monitoring, solid partnerships, and creative digital solutions form the three pillars of success. Agencies that are ready to transform quickly don't just survive the intense competition - they are setting new industry standards.

2025 Turizm Sezonu: Gerçekler ve Perspektifler

Reda Ammar, Sahra turları ve kültürel geziler konusunda uzmanlaşmış, 20 yıllık deneyime sahip bir turizm profesyoneli. Touring Voyages Algerie şirketinde Satış ve Pazarlama Müdürü olarak görev yapan Ammar, zengin kültürel mirası ve etkileyici Sahra deneyimlerini ustalıkla harmanlayan eşsiz bir destinasyon olarak Cezayir'in tanıtımını aktif şekilde yürütmektedir.

Sahip olduğu uzmanlık, günümüz turistlerinin beklentilerini ve pazar eğilimlerini doğru analiz etmesine olanak tanımaktadır. 2025 yılı itibarıyla sektör, değişen ekonomik koşullara ve seyahat-severlerin yeni taleplerine hızla uyum sağlayarak istikrarlı bir büyüme sergilemektedir.

Artan rekabete rağmen Cezayir, kültürel zenginliği ve büyüleyici Sahra manzaralarıyla cazibesini korumaktadır. Ancak günümüzde pazarda başarı elde etmek, ürünlerin sürekli olarak yenilenmesini zorunlu kılmaktadır. Öne çıkan temel eğilimlerden biri, tarihi gezilerin macera odaklı aktivitelerle birleştirildiği kombine tur paketlerinin hazırlanmasıdır.

Günümüz koşullarında güvenilir B2B iş birlikleri her zamankinden daha büyük önem taşımaktadır. Oteller ve yerel operatörlerle sürdürülen karşılıklı faydaya dayalı işbirlikleri, acentelere müşterilere özel fırsatlar ve esnek fiyatlar sunma imkânı sağlamaktadır. "Kazan-kazan" stratejisi artık sadece popüler bir kavram değil, sürdürülebilir bir iş modeli için zorunluluktur.

2025 yılında dijital pazarlama da yeni bir boyuta ulaşmıştır. Klasik reklam araçlarının yanı sıra sanal turlar, yapay zekâ destekli seyahat danışmanları ve kişiselleştirilmiş gezi önerileri giderek daha büyük rol oynamaktadır. Trend takibi, güçlü ortaklıklar ve yaratıcı dijital çözümler, başarının üzerine kurulduğu üç temel yapı taşıdır. Hızlı dönüşüme açık olan acenteler yalnızca yoğun rekabet ortamında ayakta kalmakla kalmıyor, aynı zamanda sektörün yeni standartlarını da belirliyor.



Sergey Agafonov

CEO
Last Minute Tours LLC

Sergey Agafonov CEO of "Last Minute Tours LLC", with 28 years of experience in the travel industry, ana- lyzes the current 2025 season.

In his view, the traditional top three destinations remain unchanged: Türkiye firmly holds first place, followed by domestic tourism within Russia and Egypt sharing the second and third spots.

The main risks of the season are related to the ongoing effects of sanctions, although the situation with air travel is gradually stabilizing. Visa regulations have become more stringent - processing now takes about a month, and visas are issued strictly for the travel dates.

A notable feature of the season has been the entry of new players into the tourism market - banks and online marketplaces. However, their attempts to mass-sell package tours have so far seen little success due to a lack of professional expertise in this highly specialized field. The core mass-market traveler continues to seek the best value for money, although the VIP segment remains active.

In a rapidly evolving tourism landscape, successful agency operations require a comprehensive approach. It is essential to build and maintain direct relationships with hotel representatives, enabling quick resolution of client issues. Continuous professional development is equally important. The current environment calls for active use of digital tools - from social media to targeted advertising. The development of the B2B segment is gaining particular importance through specialized platforms such as HelloOtel, which open new opportunities for professional growth and collaboration.

According to the expert, despite all the changes, the fundamental principles of the tourism business remain the same: professionalism, customer orientation, and the ability to adapt to new realities.

28 yıllık turizm tecrübesine sahip olan "Last Minute Tours LLC" Genel Müdürü Sergey Agafonov,

2025 sezonunu değerlendiriyor. Gözlemlerine göre, geleneksel üçlü liderlik sıralamasını koruyor: Türkiye sağlam bir şekilde birinci sırada yer alırken, iç turizm (Rusya) ve Mısır ikinci ve üçüncü sırayı paylaşıyor.

Sezonun başlıca riskleri, yaptırımların devam eden etkileriyle bağlantılı. Ancak havayolu taşımacılığı durumu giderek istikrar kazanıyor. Vize süreci ise daha katı hale gelmiş durumda - başvurular yaklaşık bir ay sürüyor ve vizeler yalnızca seyahat tarihlerini kapsayacak şekilde veriliyor.

Bu sezonun dikkat çeken bir özelliği de turizm pazarına yeni oyuncuların - bankalar ve çevrimiçi pazar yerlerinin - girmesi oldu. Ancak bu yeni girişimcilerin, paket turların toplu satışında gereken profesyonellikten yoksun olmaları nedeniyle ciddi bir başarı elde ettikleri söylenemez. Bugünün kitle-sel turisti hâlâ en iyi fiyat-kalite dengesini arıyor; VIP segment ise varlığını sürdürüyor.

Hızla değişen turizm sektöründe başarılı olabilmek için ajansların bütüncül bir yaklaşım benimsemesi gerekiyor. Otel temsilcileriyle doğrudan temas kurmak ve bu ilişkileri sürdürmek, karşılaşılan sorunların hızlıca çözülmesini sağlıyor. Sürekli mesleki gelişim son derece önemli. Günümüz koşulları, sosyal medyadan hedefli reklamlara kadar uzanan dijital araçların etkin kullanımını zorunlu kılıyor. HelloOtel gibi özel platformlar üzerinden B2B alanında gelişim sağlamak, yeni işbirlikleri ve profesyonel büyüme için büyük fırsatlar sunuyor.

Uzmanın görüşüne göre, tüm bu değişimlere rağmen turizm sektörünün temel ilkeleri değişmiyor: profesyonellik, müşteri odaklılık ve yeni koşullara uyum sağlama yeteneği.



Aizhan Amangeldieva

Tourism Development Support Fund
of the Kyrgyz Republic
Chief Specialist of the Marketing
and International Cooperation Department

Kyrgyzstan in the 2025 Tourist Season: New Opportunities

According to Aizhan Amangeldieva, Chief Specialist of the Tourism Development Support Fund of Kyrgyzstan, the year 2025 has become a turning point for the country's tourism industry. The current season shows steady growth in demand for niche tourism experiences. Cultural and educational tours along the Great Silk Road and programs introducing nomadic traditions are in demand year-round. Seasonal activities are distributed as follows: trekking and mountaineering (April–October), beach holidays (May–September), and ski tours (December–March).

The main challenge remains transportation accessibility (rated 6 out of 10), particularly in remote regions. However, the visa regime remains liberal, and air connectivity is stable.

Currently, most tourists (70%) seek services offering an optimal balance between price and quality. Additionally, 40% are willing to pay more for enhanced comfort and unique experiences. The premium segment accounts for 30%, while 20% prefer budget-friendly options.

Key priorities for the 2025 season include strengthening industry partnerships, offering personalized services for VIP clients, active promotion through social media, and maintaining ecological balance. Direct relationships with hotels and a focus on traditional (offline) training methods also play a significant role. B2B cooperation is developing rapidly, enabling the exchange of professional expertise.

"Kyrgyzstan offers unique tourism products," says Aizhan Amangeldieva. "Our mission is to maintain a balance between infrastructure development and the preservation of natural heritage."

2025 Turizm Sezonunda Kırgızistan: Yeni Fırsatlar

Kırgızistan Turizm Geliştirme Destek Fonu'nun baş uzmanı Aizhan Amangeldieva, 2025 yılının ülkenin turizm sektörü için dönüm noktası olduğunu belirtiyor. Mevcut sezon, özel ilgi alanlarına yönelik tatil türlerine olan ilginin istikrarlı biçimde arttığını gösteriyor. Büyük İpek Yolu boyunca düzenlenen kültürel keşif turları ve göçebe geleneklerini tanıtıcı programlar yıl boyunca yoğun talep görüyor. Mevsimsel faaliyetler ise şu şekilde dağılıyor: trekking ve dağcılık (nisan–ekim), plaj tatili (mayıs–eylül), kayak turları (aralık–mart).

Sektörün en büyük sorunu hâlâ ulaşım imkânlarının sınırlılığı (10 üzerinden 6 puan) ve bu durum özellikle uzak bölgelerde daha da hissediliyor. Buna karşın, vize rejimi oldukça esnek ve uçuş bağlantıları istikrarlı seyrediyor.

Bugün turistlerin büyük çoğunluğu (%70), fiyat-kalite dengesini gözeterek hizmet almayı tercih ediyor. Ayrıca %40'ı konfor ve özgün deneyimler için daha fazla ödeme yapmaya hazır. Premium müşteri oranı %30 iken, %20'lik bir kesim daha ekonomik alternatifleri seçiyor.

2025 sezonunun odak noktaları arasında sektörler arası iş birliklerinin güçlendirilmesi, VIP müşterilere özel kişiselleştirilmiş hizmetlerin sunulması, sosyal medyada aktif tanıtım çalışmaları ve ekolojik dengeyi koruma öncelikli yer alıyor. Otellerle doğrudan temas ve geleneksel (yüz yüze) eğitim yöntemlerine verilen önem de dikkat çekiyor. Sektör deneyimlerinin paylaşımı adına B2B işbirlikleri de hızla gelişiyor.

"Kırgızistan eşsiz turizm ürünleri sunuyor," diyor Aizhan Amangeldieva. "Bizim görevimiz, altyapı gelişimiyle doğal mirasın korunması arasında dengeyi sağlayabilmek."



Natalia Gamenko

Deputy Director of Sales
Rozovyy Slon Rashpilevskaya / Krasnodar, Russia

Tourism Season 2025: Realities of the Southern Market

Natalia Gamenko, Deputy Director of Sales with over 20 years of experience in the travel industry, observes that in 2025, traditional demand remains strong for departures from southern airports. Türkiye, Egypt, the UAE, and Thailand continue to lead the charts. A noteworthy newcomer this season is Sri Lanka, which has gained popularity among tourists from Russia's Southern Federal District. For travelers flying out of Moscow, the Maldives, Indonesia, China, and other exotic destinations are particularly appealing.

The 2025 season also brings several challenges: a shortage of available flights, inconvenient layovers, widespread flight cancellations (FlyDubai's New Year cancellations left a lasting impression), and stricter visa regulations. Many countries, including Cyprus and several European nations, have significantly tightened entry requirements. Combined, these factors create a complex environment for travel agencies.

Another trend this season is the emergence of large aggregators; however, their market impact remains limited for now. Most travelers continue to rely on professional travel agencies, valuing their personalized service and expertise.

An analysis of the customer base reveals several distinct categories. Around 20% are VIP clients willing to pay for premium service. The majority (60%) are travelers seeking the best value for money. Another 20% opt for budget-friendly options while still considering overall quality. Clients focused solely on the lowest price are extremely rare.

To remain effective under current market conditions, travel agencies must build direct relationships with hoteliers, invest in staff training, implement digital tools, engage in B2B industry communication, and combine online solutions with traditional familiarization tours.

2025 Turizm Sezonu: Güney Destinasyonlarının Gerçekleri

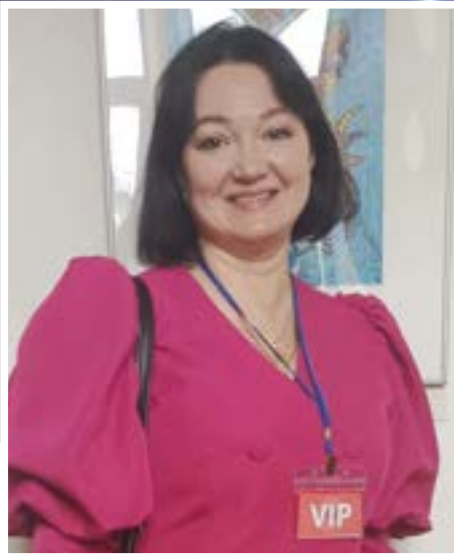
20 yılı aşkın turizm tecrübesine sahip satış müdür yardımcısı Natalia Gamenko'ya göre, 2025 yılında güney havaalanlarından hareket eden turistler arasında geleneksel destinasyonlara olan talep devam ediyor: Türkiye, Mısır, BAE ve Tayland hâlâ en çok tercih edilen yerler arasında. Bu sezonun yeniliği ise, Güney Federal Bölgesi'nden turistler arasında olumlu geri dönüşler alan Sri Lanka oldu. Moskova çıkışlı seyahatlerde ise Maldivler, Endonezya, Çin ve diğer egzotik destinasyonlar rağbet görüyor.

2025 sezonu, birtakım risklerle birlikte geliyor: yetersiz uçuş kapasitesi, elverişsiz aktarmalı seferler, çok sayıda uçuş iptali (özellikle FlyDubai'nin yılbaşındaki iptalleri dikkat çekti) ve vize kurallarının sıkılaştırılması gibi zorluklar öne çıkıyor. Kıbrıs ve Avrupa ülkeleri dâhil olmak üzere pek çok ülke girişi kurallarını ciddi şekilde zorlaştırdı. Bu etkenler, seyahat acenteleri için oldukça karmaşık bir çalışma ortamı yaratıyor.

Sezonun dikkat çeken bir diğer özelliği ise büyük online seyahat platformlarının ortaya çıkması. Ancak şu an için bu platformların piyasadaki etkisi sınırlı. Çoğu turist hâlâ profesyonel seyahat acentelerine güveniyor ve onların sunduğu bireysel yaklaşımı takdir ediyor.

Müşteri verilerinin analizi, günümüz turistlerinin birkaç kategoriye ayrıldığını gösteriyor. Yaklaşık %20'si premium hizmetler için ödeme yapmaya hazır VIP müşterilerden oluşuyor. %60'lık kesim ise fiyat-performans dengesini arayan kitleyi oluşturuyor. Geri kalan %20 ise "fiyat-kalite" prensibini anlayan, bütçe dostu tekliflere yönelen müşterilerden oluşuyor. Sadece en düşük fiyatı arayan müşteri tipi ise çok nadiren görülüyor.

Mevcut koşullarda seyahat acentelerinin etkin çalışabilmesi için otelcilerle doğrudan bağlantılarını geliştirmeleri, personel eğitimine yatırım yapmaları, dijital teknolojileri uygulamaları, sektör içi B2B iletişim kanallarını kullanmaları ve online formatları geleneksel tanıtım turlarıyla birleştirmeleri gerekiyor.



Ekaterina Egorova

CEO
FAETON Line Travel Agency

Tourism Season 2025: Realities and Prospects

Ekaterina Egorova, CEO of the Moscow-based FAETON Line Travel Agency with 25 years of industry experience, shares timely insights into the current tourism season. According to her observations, the traditional destinations - Türkiye, Egypt, and the UAE - continue to dominate in 2025.

The key risks this season are distributed as follows: Visa challenges (7/10): Stricter entry regulations continue to complicate travel planning, Flight limitations (6/10): Unstable schedules remain a persistent headache for tour operators, Aggregator pressure (5/10): Digital giants are increasing competitive pressure on traditional businesses.

However, a welcome surprise in 2025 has been the near elimination of flight availability issues (1/10), marking a significant improvement from previous years.

Travelers have become highly selective. Only 3% fall into the VIP category, while the majority are thoughtful tourists seeking the best balance of price and quality. Just 10% of travelers are solely focused on the lowest cost, disregarding service quality.

Egorova emphasizes the critical importance of direct communication with hotel managers to swiftly resolve operational issues. Continuous staff training through webinars and workshops - especially for young professionals - is becoming essential for success. Digital promotion is also a top priority, including work with reels and stories, as well as active engagement in the B2B segment through platforms like HelloOtel, which facilitates knowledge exchange and sparks new ideas for business development.

2025 Turizm Sezonu: Gerçekler ve Perspektifler

25 yıllık sektör deneyimine sahip FAETON Line Seyahat Acentesi'nin Moskova merkezli Genel Müdürü Ekaterina Egorova, 2025 turizm sezonuna ilişkin güncel değerlendirmelerini paylaşıyor.

Egorova'ya göre geleneksel destinasyonlar olan Türkiye, Mısır ve BAE bu yıl da liderliklerini sürdürüyor.

Sezonun başlıca riskleri şu şekilde sıralanıyor: Vize zorlukları (7/10): Seyahat planlamasını zorlaştıran sıkılaşan giriş kuralları, Uçuş kısıtlamaları (6/10): Hâlâ istikrarsız olan uçuş tarifeleri, tur operatörleri için önemli bir sorun, Dijital agregatörlerin baskısı (5/10): Dijital devlerin geleneksel acenteler üzerindeki rekabet baskısı artıyor.

Buna karşın, 2025 sezonunun sevindirici gelişmelerinden biri de taşıma yetersizliği sorunlarının neredeyse tamamen ortadan kalkmış olması (1/10).

Günümüz gezginleri son derece seçici davranıyor. Sadece %3'lük bir kesim VIP segmentte yer alırken, büyük çoğunluğu fiyat ve kalite dengesine önem veren bilinçli turistlerden oluşuyor. Turistlerin yalnızca %10'u, hizmet kalitesini göz ardı ederek tamamen düşük fiyat odaklı karar veriyor.

Egorova, otel yöneticileriyle doğrudan iletişimin önemini özellikle vurguluyor; bu sayede sahada oluşabilecek sorunlar hızlıca çözülebiliyor. Başarı için, özellikle genç çalışanlara yönelik webinar ve atölye çalışmaları yoluyla sürekli personel eğitimi şart hale gelmiş durumda. Dijital tanıtım faaliyetleri de büyük önem taşıyor; reels ve story gibi içeriklerle etkileşim sağlanıyor. Ayrıca, HelloOtel gibi B2B platformlarda aktif olmak, bilgi paylaşımını destekliyor ve iş geliştirme adına yeni fikirler ortaya çıkarıyor.



Jalal Ismailov

General Director
Azerbaijan Tourism Board
Representative Office in Russia

Analysis of the 2025 Season by Jalal Ismailov, General Director of the Azerbaijan Tourism Board Representative Office in Russia

According to current data for the 2025 season, beach tourism continues to lead among tourist preferences. For Azerbaijani travelers, a stable top three destinations has emerged: Türkiye remains the undisputed leader, followed by Russia in second place thanks to its cultural tourism offerings and historical ties - and Georgia in third, attracting travelers with its geographic proximity and Black Sea resorts. Growing interest is also noted in destinations such as Serbia and Montenegro in Europe, Kazakhstan and Uzbekistan in Asia, and Qatar in the Middle East.

Transport links between Russia and Azerbaijan are seeing peak activity: AZAL operates 28 weekly Baku-Moscow flights, Aeroflot runs 14 per week, and additional flights are available from cities like Yekaterinburg, St. Petersburg, and Tyumen. The visa regime remains liberal: most of the popular destinations for Azerbaijani travelers-including Türkiye, Georgia, and Russia-do not require a visa.

This season, competition between digital aggregators and travel agencies continues: the former lead through volume and special conditions, while agencies stand out by offering better service and responsiveness.

Azerbaijan welcomes a wide variety of tourists-from VIP guests to transit travelers-but the premium segment remains the most resilient to currency fluctuations.

Throughout the 2025 season, travel agents are consistently improving their skills through webinars and conferences, actively adopting digital tools, and strengthening B2B partnerships with hotels and tour operators. The key success factors in 2025 are professional adaptability, deep expertise, and the ability to combine tradition with innovation.

Azerbaycan Turizm Bürosu Rusya Temsilciliği Genel Müdürü

Jalal Ismailov'dan 2025 Sezonu Analizi

Mevcut verilere göre 2025 sezonunda plaj tatili hâlâ turist tercihleri arasında liderliğini koruyor. Azerbaycanlı turistler için net bir ilk üç destinasyon şekillenmiş durumda: Türkiye tartışmasız liderliğini sürdürürken, ikinci sırada kültür turizmi ve tarihî bağları sayesinde Rusya yer alıyor. Üçüncü sıradaysa, coğrafi yakınlığı ve Karadeniz kıyısındaki tatil köyleriyle Gürcistan bulunuyor. Avrupa'da Sırbistan ve Karadağ, Asya'da Kazakistan ve Özbekistan, Orta Doğu'da ise Katar gibi destinasyonlara olan ilginin de giderek arttığı gözlemleniyor.

Rusya ile Azerbaycan arasındaki ulaşım da ise yoğun bir trafik söz konusu: AZAL, Bakü-Moskova hattında haftada 28 uçuş gerçekleştirirken, Aeroflot haftalık 14 sefer düzenliyor. Ayrıca Yekaterinburg, St. Petersburg, Tümen ve diğer Rus şehirlerinden de uçuşlar mevcut. Vize rejimi ise oldukça esnek: Azerbaycanlıların en çok tercih ettiği destinasyonlar olan Türkiye, Gürcistan ve Rusya için vize gerekmiyor.

Bu sezonda, dijital seyahat platformları (aggregator) ile acenteler arasındaki rekabet devam ediyor. Dijital platformlar hacim ve özel şartlar sayesinde öne çıkarken, acenteler hizmet kalitesi ve hızlarıyla fark yaratıyor.

Azerbaycan, VIP misafirlerden transit yolculara kadar oldukça çeşitli turist profillerini ağırılıyor. Ancak döviz kuru dalgalanmalarına karşı en dayanıklı grup premium segment oluyor.

2025 sezonunda seyahat acenteleri; web seminerleri ve konferanslarla kendilerini sürekli geliştirmekte, dijital araçları aktif olarak kullanmakta ve otel ile tur operatörleriyle olan B2B ortaklıklarını güçlendirmektedir. Bu yılın başarı faktörlerini ise profesyonel esneklik, derin uzmanlık ve gelenek ile yeniliği bir arada yürütebilme becerisi oluşturuyor.



Yury Makarevich

Deputy Director
Dorogoby Agency

Tourism Season 2025: An Expert Perspective

Yury Makarevich, Deputy Director of Dorogoby LLC with 18 years of experience in tourism, shares his insights on the current season. Türkiye remains the undisputed leader in demand, thanks to its Mediterranean and Aegean resorts. A major highlight is last year's newcomer-the "Egyptian Maldives" in El Alamein-which is showing a record number of repeat visitors. The UAE, Qatar, and Egypt's classic resort destinations also continue to be popular.

In Belarus, the primary flight program is operated by Belavia, offering routes to Türkiye, the UAE, Egypt, and other countries. Additional options are provided by Flydubai, with direct flights to Dubai and access to exotic destinations via connections. With minimal risks related to air travel, tourists are primarily concerned about weather conditions at resort locations.

Belarusian travelers mostly prefer family vacations with a strong emphasis on child-friendly infrastructure. Mid-range hotels with good service remain top sellers, while niche tourism products are also gaining popularity. Given the short summer season, high-quality beach holidays are particularly in demand.

For travel agencies, direct contact with hotel managers remains critical for resolving non-standard issues. Continuous staff training, in-depth product knowledge, and participation in professional events-including HelloOtel forums-are essential for success. Effective use of digital marketing tools has also become a key factor.

Working in the B2B segment opens up new opportunities for professional growth and experience sharing. Today's tourism landscape demands a comprehensive approach that blends traditional methods with innovative solutions.

2025 Turizm Sezonu: Bir Uzmandan Güncel Görünüm

Turizm sektöründe 18 yıllık deneyime sahip olan Dorogoby Ltd. Şti.'nin Genel Müdür Yardımcısı Yury Makarevich, bu sezonla ilgili gözlemlerini paylaşıyor. Orta ve Ege Denizi kıyılarındaki tatil beldeleriyle Türkiye, tartışmasız şekilde talebin lideri konumunda. Geçtiğimiz yılın dikkat çeken yeni destinasyonu El-Alameyn'deki "Mısır Maldivleri" ise tekrar gelen turist sayısında rekor kırarak büyük ilgi görüyor. BAE, Katar ve klasik Mısır tatil köyleri ise her zamanki gibi popülerliğini koruyor.

Belarus'ta ana uçuş programı, Türkiye, BAE, Mısır ve diğer ülkelere uçuşlar sunan Belavia havayolu tarafından sağlanıyor. Ek seçenek olarak Flydubai, Dubai'ye direkt ve aktarmalı egzotik destinasyonlara uçuşlar gerçekleştiriyor. Uçuş riskleri minimum seviyede olduğu için turistlerin asıl endişesi tatil beldelerindeki hava koşulları oluyor.

Belaruslu turistler ağırlıklı olarak çocuk dostu altyapıya sahip aile tatillerini tercih ediyor. İyi hizmet sunan orta fiyat segmentindeki oteller satış lideri konumunu korurken, aynı zamanda niş turizm ürünlerine olan ilgi de artıyor. Kısa yaz sezonu nedeniyle kaliteli plaj tatilleri özellikle rağbet görüyor.

Tur acentelerinin başarılı olabilmesi için hâlâ otel yöneticileriyle doğrudan iletişim kurması, beklenmedik durumlara hızlı çözüm üretebilmesi, sürekli eğitimle ürün bilgisini derinleştirilmesi ve HelloOtel platformu gibi profesyonel etkinliklere katılımı kritik önemde. Ayrıca dijital tanıtım araçlarının etkili kullanımı da başarı için vazgeçilmez hale gelmiş durumda.

B2B segmentinde çalışmak, profesyonel gelişim ve meslektaşlarla deneyim paylaşımı açısından yeni fırsatlar sunuyor. Modern turizm, geleneksel yöntemlerle yenilikçi çözümlerin bir arada kullanıldığı bütünsel bir yaklaşım gerektiriyor.



Alla Glyva

Tourism Expert, YouTube Blogger,
Coach and Trainer in sales, Personal Branding,
and Social Media.
Owner of the travel company Turbar Lounge
Ukraine, Kyiv

Alla Glyva, a tourism expert with 25 years of experience, founder of Turbar Lounge, coach, and blogger, shares her analysis of the travel market in 2025.

For Ukrainian travelers, tours departing from Chişinău have recently become attractive due to their lower prices-but they come with certain nuances: low-cost airlines often experience flight delays, and last-minute departures can be complicated by inconvenient transfers.

European destinations also have their drawbacks. Many tourists face variable airfares from low-cost carriers and strict baggage policies. Furthermore, partnerships with European tour operators often yield lower commissions, making these destinations less profitable for travel agencies.

Another challenge lies in working with Ukrainians living abroad, who prefer to pay for tours in euros. Not all travel agents-especially those registered as sole proprietors (FOPs) in Ukraine-can process such payments technically, limiting their potential client base.

Bus tours remain popular thanks to their affordability and ease of organization: a traveler simply boards in one city and disembarks in another.

However, this format has significant downsides: Long journeys that exhaust even seasoned travelers; Border complications such as queues, delays, and extra inspections; Technical malfunctions that can disrupt the trip entirely; Lower comfort levels compared to air travel, especially at a low average price point.

Despite these disadvantages, demand for bus tours remains strong, especially among budget-conscious travelers.

The pandemic accelerated the digital shift: video content has become the primary sales tool. Short videos (Reels, TikToks) engage viewers, YouTube reviews provide detailed presentations of tours, and live streams create a sense of immediacy. The key to success lies in expertise-deep knowledge combined with energetic delivery builds trust and drives the desire to book with you.

25 yıllık deneyime sahip bir turizm uzmanı olan Alla Glyva, Turbar Lounge'un kurucusu, koç ve içerik üreticisi olarak 2025 yılı seyahat pazarını analiz ediyor.

25 yıllık deneyime sahip bir turizm uzmanı olan Alla Glyva, Turbar Lounge'un kurucusu, koç ve içerik üreticisi olarak 2025 yılı seyahat pazarını analiz ediyor.

Ukraynalı turistler için son dönemde Kişinev çıkışlı turlar uygun fiyatları nedeniyle cazip hale geldi. Ancak bu turlar bazı zorluklar da barındırıyor: düşük maliyetli havayolu firmalarında sık yaşanan uçuş ertelemeleri ve acil kalkışlar sırasında yaşanan aktarma problemleri gibi.

Avrupa destinasyonları da bazı dezavantajlara sahip. Pek çok turist, düşük maliyetli havayollarının sabit olmayan fiyatları ve sıkı bagaj sınırlamaları ile karşılaşılıyor. Ayrıca Avrupalı tur operatörleriyle çalışmak genellikle daha düşük komisyonlar anlamına geliyor, bu da acenteler için bu bölgeleri daha az kârlı hâle getiriyor.

Yurtdışında yaşayan Ukraynalılarla çalışmak da ayrı bir zorluk. Bu kişiler genellikle turları euro cinsinden ödemek istiyor ancak özellikle Ukrayna'da FOP (bireysel girişimci) olarak faaliyet gösteren acenteler teknik olarak bu imkanı sunamayabiliyor. Bu durum da potansiyel müşteri kitlesini daraltıyor.

Otobüs turları hâlâ uygun maliyetleri ve kolay organizasyonu nedeniyle popülerliğini koruyor: yolcunun tek yapması gereken bir şehirde otobüse binip diğerinde inmek. Ancak bu formatın bazı önemli dezavantajları da var:

- Çok uzun süren yolculuklar, en dayanıklı gezginleri bile yorabiliyor;
 - Sınır geçişlerinde oluşan uzun kuyruklar, gecikmeler ve ek kontroller;
 - Teknik arızalar nedeniyle seyahatin iptal edilme riski;
 - Özellikle düşük bütçeli turlarda, uçak yolculuklarına kıyasla daha az konfor.
- Tüm bu olumsuzluklara rağmen, özellikle bütçeye duyarlı turistler arasında otobüs turlarına olan ilgi sürüyor.



Fataliyev Tural Vagif

General Manager
Atlas Hotel Baku / Baku, Azerbaijan

In recent times, Azerbaijan's tourism industry has faced significant challenges. Military conflicts between India and Pakistan, as well as between Israel and Iran, have led to an approximate 40% decrease in inbound tourist traffic. The situation has been further aggravated by the cancellation of most direct flights from these countries, as well as from the UAE, severely limiting travel opportunities. However, despite these difficulties, Azerbaijan retains key competitive advantages - most notably its simplified visa application process via the online platform asanvisa.az, considered one of the most user-friendly systems globally.

An essential aspect of tourism development lies in the cooperation between travel agencies and reliable travel package platforms. This approach minimizes the risks tourists may face due to unforeseen circumstances, while providing agencies with a stable source of income. This is especially relevant for the budget travel segment, where clients seek the best value for their money. For example, Atlas Hotel Baku is specifically oriented toward such guests - those who value comfort but must remain budget-conscious.

For travel agencies, maintaining strong communication with hotels is absolutely critical. Regular updates on current prices, renovations, special campaigns, and promotions allow agents to offer their clients the most up-to-date and beneficial options. In a highly competitive market, speed and accuracy of information are key success factors.

In terms of global trends, 2025 shows growing demand for destinations far from conflict zones. Tourists now prefer countries such as Türkiye, Thailand, and European nations where safety and stability are assured.

The role of social media in modern tourism cannot be underestimated. Social platforms have become not only marketing tools, but also essential channels for feedback. Through social media, travelers can quickly access information about hotels, read authentic guest reviews, and see how hotels respond to customer feedback. This transparency plays a crucial role in building trust and customer loyalty.

Son dönemde Azerbaycan'ın turizm sektörü ciddi zorluklarla karşı karşıya kaldı. Hindistan ile Pakistan arasında ve İsrail ile İran arasında yaşanan askeri çatışmalar, ülkeye gelen turist akışının yaklaşık %40 oranında azalmasına neden oldu. Bu durumu daha da zorlaştıran bir diğer unsur ise, bu ülkelerden ve Birleşik Arap Emirlikleri'nden yapılan birçok direkt uçuşun iptal edilmesi oldu. Bu gelişmeler, seyahat imkanlarını önemli ölçüde kısıtladı. Ancak tüm bu zorluklara rağmen Azerbaycan bazı rekabet avantajlarını korumaya devam ediyor. Bunların başında da dünyadaki en kullanıcı dostu sistemlerden biri olan asanvisa.az online platformu üzerinden sunulan kolaylaştırılmış vize prosedürü geliyor.

Turizmin gelişiminde önemli bir unsur da, seyahat acenteleriyle güvenilir tur paketi satış platformları arasındaki iş birliği. Bu tür bir yaklaşım, turistlerin karşılaşılabileceği beklenmedik durumlara karşı riskleri en aza indirirken; acentelere de istikrarlı gelir kaynakları sağlıyor. Bu durum özellikle fiyat-performans dengesine önem veren bütçe odaklı turizm segmentinde büyük önem taşıyor. Örneğin, Atlas Hotel Baku tam da bu hedef kitleye hitap ediyor — konfor arayan ama aynı zamanda bütçesini göz önünde bulunduran misafirler.

Seyahat acenteleri için otellerle yakın ilişki içinde olmak kritik bir öneme sahip. Güncel fiyatlar, renovasyonlar, özel kampanyalar ve fırsatlarla ilgili düzenli bilgi akışı, acentelerin müşterilerine en güncel ve avantajlı seçenekleri sunabilmesini sağlıyor. Rekabetin yoğun olduğu bir ortamda hız ve bilgi güvenilirliği başarıyı belirleyen ana faktörler arasında yer alıyor.

Küresel eğilimlere baktığımızda, 2025 yılında savaş bölgelerinden uzak destinasyonlara olan talebin arttığı gözlemleniyor. Turistler, güvenlik ve istikrar konusunda emin olabilecekleri Türkiye, Tayland ve Avrupa ülkeleri gibi destinasyonları tercih ediyor.

Sosyal medyanın günümüz turizmde oynadığı rol ise kesinlikle göz ardı edilemez. Bu platformlar yalnızca tanıtım aracı olarak değil, aynı zamanda etkili bir geri bildirim kanalı olarak da kullanılıyor. Sosyal medya sayesinde oteller hakkında anlık bilgi edinilebiliyor, gerçek misafir yorumları analiz edilebiliyor ve yapılan geri bildirimlere hızlıca yanıt verilebiliyor. Bu durum da müşteri güveni ve sadakatinin oluşturulmasında büyük bir rol oynuyor.



Rashida Shaikenova

Director of the Kazakhstan
Tourism Association (KTA)
President of the Kazakhstan Association
of Hotels and Restaurants (KAGiR)

Tourism Season 2025: Expert Insights from the Kazakhstan Tourism Association

Rashida Shaikenova is a leading figure in Kazakhstan's tourism industry. As Director of the Kazakhstan Tourism Association (KTA) and President of the Kazakhstan Association of Hotels and Restaurants (KAGiR), she brings extensive experience and a deep understanding of contemporary trends in travel and hospitality. In this article, Rashida Shaikenova shares her expert analysis of the 2025 tourism season, outlines key risks for the market, and offers practical recommendations for travel agencies and hoteliers. What are the most in-demand destinations? How is digitalization reshaping the industry? And what skills are essential for today's tourism professionals?

Read exclusive insights from one of the sector's most respected voices.

The year 2025 marks a new phase for Kazakhstan's tourism market. The official designation of the China Tourism Year has strengthened Asia-bound travel both inbound and outbound. Visa-free travel for 84 countries and an open skies policy have significantly improved transportation accessibility, while the country's main air hubs—Nur-Sultan and Almaty—offer direct flights to dozens of destinations. This season, Asian countries are experiencing record growth in tourist flows and are setting global tourism trends. The most popular destinations include: Thailand, attracting travelers with its unique blend of exotic culture, luxury beaches, and rich traditions; Vietnam, known for its affordability, stunning nature, and authentic experiences; Bali (Indonesia), a top choice for fans of premium resorts, natural beauty, and spiritual retreats; Sri Lanka, offering a perfect mix of beach holidays, natural landmarks, and ancient cultural heritage; Japan, impressing with its harmony of advanced technologies, age-old traditions, and unique landscapes.

2025 Turizm Sezonu: Kazakistan Turizm Derneği'nden Uzman Görüşü

Rashida Shaikenova, Kazakistan turizm sektörünün önde gelen isimlerinden biri. Kazakistan Turizm Derneği (KTA) Direktörü ve Kazakistan Otelciler ve Restorancılar Derneği (KAGiR) Başkanı olarak turizm ve konaklama alanlarında geniş deneyime ve derin bir bakış açısına sahip. Bu yazıda Rashida Shaikenova, 2025 sezonuna dair profesyonel gözlemlerini bizlerle paylaşıyor, pazar risklerini değerlendiriyor ve seyahat acenteleri ile otelcilere yönelik pratik öneriler sunuyor. En çok talep gören destinasyonlar hangileri? Dijitalleşme oyunun kurallarını nasıl değiştiriyor? Günümüz turizm profesyonelleri hangi becerilere sahip olmalı?

Sektörün önde gelen uzmanlarından birinin görüşlerini bu özel röportajımızda okuyabilirsiniz.

2025 yılı, Kazakistan turizm pazarı için yeni bir dönüm noktasıdır. Çin Turizm Yılı ilanı, Asya'ya yönelik hem gelen hem giden seyahatleri güçlendirmiştir. 84 ülkeye uygulanan vizesiz seyahat ve açık semalar politikası ulaşım erişimini önemli ölçüde artırmış; ülkenin ana hava ulaşım merkezleri olan Nur-Sultan ve Almatı, onlarca destinasyona doğrudan uçuşlar sunar hale gelmiştir. Bu sezon, Asya ülkeleri turizmde rekor düzeyde büyüme kaydederek küresel eğilimlere yön vermektedir. En popüler destinasyonlar ise şöyle: Tayland – egzotik kültür, lüks plajlar ve köklü gelenekleriyle dikkat çekiyor; Vietnam – uygun fiyatlı seçenekler, etkiyleyiçi doğa ve otantik deneyimler sunuyor; Bali (Endonezya) – üst segment tatil, doğa harikaları ve spiritüel atmosfer arayanların tercihi; Sri Lanka – plaj tatili, doğal güzellikler ve kadim kültürel mirasın mükemmel bir birleşimi; Japonya – ileri teknoloji ile geleneksel yaşam tarzını harmanlayan yapısıyla farklı bir deneyim sunuyor.

These destinations are shaping a new direction in the tourism market, meeting the demands of the most discerning travelers.

Sustainable development and responsible consumption have become central to the modern tourism industry. At the same time, the all-inclusive format remains in demand, relieving tourists of concerns about extra expenses.

There is a noticeable shift in traveler preferences—more people are choosing lesser-known destinations over overcrowded capitals. For example, Reims in France and Brescia in Italy are gradually replacing Paris and Milan on must-visit lists.

Film tourism is experiencing a real explosion: locations from The Lord of the Rings in New Zealand and The Witcher sets in Eastern Europe are attracting crowds of fans. The release of upcoming films and TV series continues to fuel interest.

There is also strong demand for natural phenomena, from the Northern Lights in Scandinavia to the glowing beaches of the Maldives.

At the same time, digitalization is reaching new heights: Instagram and TikTok have become full-fledged platforms for instant tour bookings.

Kazakhstani tourists today are experienced travelers who understand service quality and value for money. Their priorities include beach holidays, health and wellness tourism, and rich excursion programs. International partners note their curiosity and friendliness.

Most Kazakhstanis choose affordable tours but are clearly aware of the difference between budget and quality options. Two main groups stand out in the market: those willing to pay for premium service without limits, and those looking for the best balance between price and quality.

A special segment is youth under 35, who prefer the cheapest options and organize trips themselves via online platforms. VIP tourists make up about 1%, while independent young travelers account for 5–6%.

The modern tourism market faces a number of challenges that require professional assessment. The shortage of transport capacity, where demand exceeds supply, is gradually being resolved through market adaptation. Transportation services are increasingly meeting traveler needs, especially on

Bu destinasyonlar, seçici turistlerin beklentilerini karşılayarak turizm pazarında yeni bir yön belirlemekte.

Sürdürülebilir gelişim ve bilinçli tüketim, günümüz turizm endüstrisinin merkezinde yer almaktadır. Aynı zamanda, tüm hizmetlerin dahil olduğu (all inclusive) tatil anlayışı da hâlâ rağbet görmekte; çünkü turistlerin ek harcama kaygısını ortadan kaldırmaktadır.

Turist tercihlerinde de belirgin bir değişim yaşanıyor; artık kalabalık başkentler yerine daha az bilinen destinasyonlar tercih ediliyor. Örneğin, Fransa'daki Reims ve İtalya'daki Brescia, Paris ve Milano'nun yerini almaya başladı.

Dizi ve film turizmi ise büyük bir yükselişte. Yüzüklerin Efendisi filmlerinin çekildiği Yeni Zelanda ile The Witcher dizisinin geçtiği Doğu Avrupa lokasyonları, hayranların yoğun ilgisini çekiyor. Yeni yapımların piyasaya çıkmasıyla bu ilgi daha da artıyor.

Ayrıca doğal fenomenlere olan ilgi de oldukça yoğun: İskandinavya'daki Kuzey Işıkları ve Maldivler'in fosforlu plajları turistleri cezbediyor.

Bu arada dijitalleşme de yeni bir seviyeye ulaşmış durumda: Instagram ve TikTok, anlık tur rezervasyonlarının yapıldığı gerçek satış platformlarına dönüşmüş vaziyette.

Kazakistanlı turistler artık deneyimli seyahatçilerdir diyebiliriz; hizmet kalitesini ve alınan hizmetin karşılığını iyi biliyorlar. Plaj tatilleri, sağlık ve wellness turizmi ile zengin kültürel/gezi programları öne çıkan tercihleri arasında. Uluslararası partnerler, Kazakistanlı turistlerin meraklı ve dost canlısı olduğunu vurguluyor.

Çoğu Kazakistanlı, uygun fiyatlı turları tercih etse de kalite farkının ayrımında. Pazarda özellikle iki ana grup öne çıkıyor: Üst düzey hizmete sınırsız ödeme yapmaya hazır olanlar ile fiyat-kalite dengesini arayanlar.

Ayrı bir segment ise 35 yaş altı gençlerden oluşuyor. Bu grup, en ucuz seçenekleri tercih ediyor ve seyahatlerini online plat-



Lake Kaindy

popular seasonal routes. The open skies policy continues to prove effective, attracting new international carriers and boosting competition among airlines. In the near future, low-cost carriers like EastarJet, SpiceJet, and T'way Air are expected to enter the market, further stabilizing prices and expanding route networks.

Potential restrictions on air travel due to security concerns remain a significant risk. Limitations on key international routes could reduce tourist flow and affect Kazakhstan's competitiveness. However, active development of air connectivity and continuation of the open skies policy provide a strong buffer against such risks.

The visa issue is gradually becoming less acute thanks to consistent efforts to liberalize the visa regime. The signing of visa-free agreements with several countries, including the recent agreement with Thailand (effective February 24, 2025), has greatly simplified entry for foreign tourists. This policy not only reduces administrative barriers but also boosts tourist flows and strengthens Kazakhstan's position in the global tourism arena.

According to the legislation of the Republic of Kazakhstan on tourism activities, travel agencies act as intermediaries between travelers and tour operators. In this system, establishing personal contacts with hotel management is not a primary task for travel agents. Their main responsibilities are ensuring that contractual obligations are fulfilled, providing clients with complete information about available tour

formlar üzerinden bireysel olarak planlıyor. VIP turistler pazarın yaklaşık %1'ini, bireysel genç gezginler ise %5–6'sını oluşturuyor.

Modern turizm pazarı, profesyonel analiz gerektiren çeşitli zorluklarla karşı karşıya. Özellikle ulaşım kapasitesinin yetersizliği (talebin arzı aşması), zaman içinde piyasa tarafından dengeleniyor. Taşımacılık hizmetleri, özellikle sezonluk popüler rotalarda, giderek turist beklentilerine daha uygun hale geliyor. Açık semalar politikası, yeni uluslararası havayollarını çekmeye devam ediyor ve havayolları arasında rekabeti artırıyor. Yakın gelecekte EastarJet, SpiceJet ve T'way Air gibi düşük maliyetli havayollarının pazara girmesi bekleniyor; bu gelişme, hem fiyatların istikrarını sağlayacak hem de uçuş rotalarının genişlemesine katkı sunacaktır.

Güvenlik kaynaklı uçuş kısıtlamaları ise hâlâ önemli bir risk oluşturmaktadır. Uluslararası güzergâhlardaki sınırlamalar, turist akışını azaltabilir ve Kazakistan'ın rekabet gücünü olumsuz etkileyebilir. Ancak hava bağlantılarının aktif şekilde geliştirilmesi ve açık semalar politikasının sürdürülmesi, bu risklere karşı güçlü bir koruma sağlamaktadır.

Vize konusu ise uygulanan liberalleşme politikaları sayesinde giderek daha az sorunlu hale gelmektedir. Tayland ile 24 Şubat 2025 itibarıyla yürürlüğe giren vizesiz seyahat anlaşması da dâhil olmak üzere birçok ülkeyle yapılan bu tür anlaşmalar, yabancı turistlerin ülkeye girişini büyük ölçüde kolaylaştırmaktadır. Bu politika sadece idari engelleri azaltmakla kalmıyor, aynı zamanda turist sayısını artırıyor ve Kazakistan'ın küresel turizm arenasındaki konumunu güçlendiriyor.

Kazakistan Cumhuriyeti'nin turizm faaliyetlerine ilişkin mevzuatına göre, seyahat acenteleri, gezginler ile tur operatörleri arasında aracılık görevini üstlenmektedir. Bu sistemde, otel yönetimiyle birebir temas kurmak, seyahat acenteleri için birincil görev değildir. Onların temel sorumlulukları; sözleşme yükümlülüklerinin yerine getirilmesini sağlamak, müşterilere tur paketleri hakkında tam bilgi vermek ve tur operatörlerinin hazırladığı hizmetlerle ilgili profesyonel danışmanlık sunmaktır.

products, and offering professional consultations on services developed by tour operators.

In contrast, for tour operators who develop travel packages directly, establishing business relationships with hotels and other service providers is of strategic importance.

These contacts determine cooperation terms, product quality, and competitive advantages in the market.

Ongoing professional development in customer acquisition and database management is becoming critically important for travel agents. In a rapidly transforming tourism market and amid growing competition, professionals need continuous training that includes mastering modern sales techniques, improving client-oriented service, creating tailored solutions, and enhancing customer experience. Special attention should be paid to adopting digital tools for client base management, which is key to maintaining competitiveness and delivering high-quality service.

KTA and KAGiR actively participate in organizing and conducting various industry events. Their experience includes successful organization of international tourism and hospitality forums in major Kazakhstani cities. They have a pool of qualified experts, and many association members are themselves professional trainers in various aspects of the tourism industry. Regular participation in workshops and partner discussions enables knowledge sharing and expert evaluation, which contributes to the sector's professional development.

While online formats have retained their popularity since the pandemic due to convenience and wide reach-especially when physical presence is difficult-the industry is increasingly leaning toward in-person meetings. Offline events allow participants to experience the unique energy of face-to-face communication, build stronger business relationships, and engage more deeply with professional topics.

KTA follows a hybrid event strategy, combining the advantages of both formats. This approach allows for participation from both local and international players, creating an inclusive platform for knowledge exchange. In today's conditions, this model has proven effective in meeting the diverse needs of the professional community.

Personal meetings are particularly important

*Buna karşılık, seyahat programlarını doğru-
dan hazırlayan tur operatörleri için oteller
ve diğer hizmet sağlayıcılarla doğrudan iş
ilişkileri kurmak stratejik öneme sahiptir. Bu
ilişkiler, iş birliği koşullarını, ürün kalitesini ve
pazardaki rekabet gücünü belirler.*

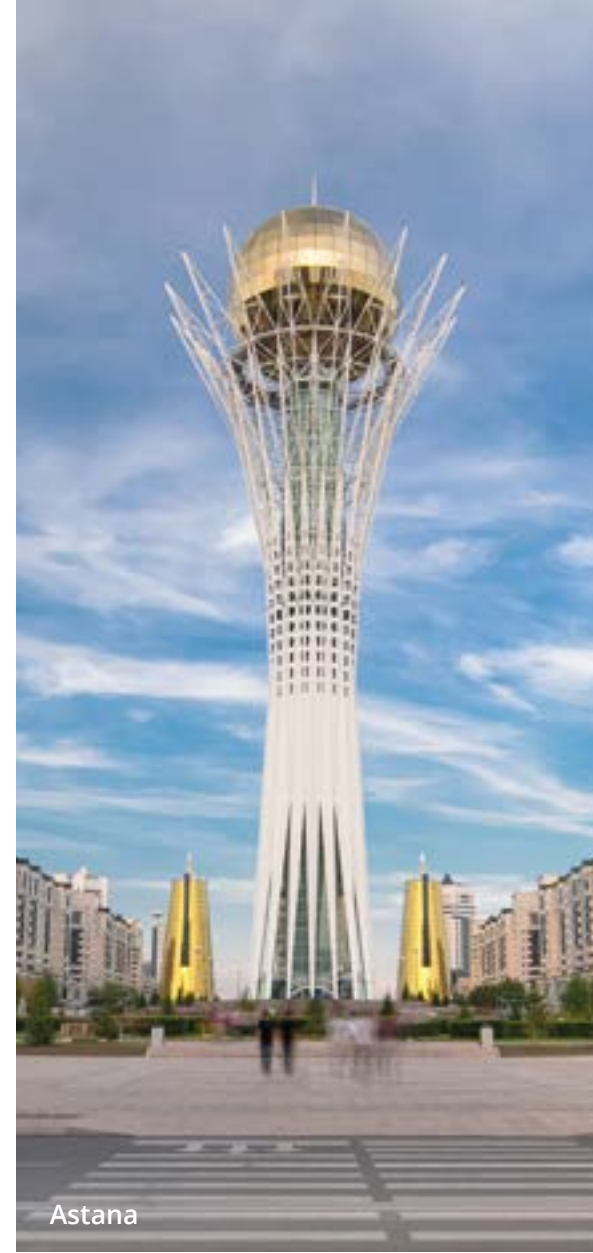
*Müşteri kazanımı ve veri tabanı yönetimi
konularında sürekli mesleki gelişim, seya-
hat acenteleri için giderek daha kritik hale
gelmektedir. Hızla değişen turizm pazarında
ve artan rekabet ortamında, profesyoneller-
in sürekli eğitim alması gerekmektedir. Bu
eğitimler; modern satış tekniklerini öğrenmek,
müşteri odaklı hizmet anlayışını geliştirmek,
kişiselleştirilmiş çözümler üretmek ve müşteri
deneyimini artırmak gibi unsurları içermelidir.
Ayrıca dijital araçların etkin şekilde kullanıl-
ması, müşteri portföyü yönetimi açısından
hayati önem taşımaktadır.*

*KTA ve KAGiR, sektörel etkinliklerin düzenlen-
mesinde ve yürütülmesinde aktif rol oyna-
maktadır. Kazakistan'ın büyük şehirlerinde
gerçekleştirilen uluslararası turizm ve kon-
aklama forumlarının organizasyonunda
önemli bir deneyime sahiptir. Geniş bir uzman
havuzuna sahip olan bu kurumlar, aynı
zamanda alanında eğitmen olarak faaliyet
gösteren birçok üyeye sahiptir. Atölye çalışma-
ları ve partner toplantılarına düzenli katılım,
bilgi paylaşımı ve profesyonel gelişim açısın-
dan büyük katkı sağlamaktadır.*

*Pandemi döneminden beri popülerliğini
sürdüren çevrimiçi formatlar, kolay erişilebil-
irlikleri sayesinde hâlâ yaygın olsa da, sektör
yavaş yavaş yüz yüze etkinliklere yönelmekte-
dir. Fiziksel buluşmalar, katılımcılara iletişimin
doğal enerjisini hissetme, daha güçlü iş ilişkil-
eri kurma ve profesyonel konulara derinleme-
sine odaklanma imkânı sunmaktadır.*

*KTA, her iki formatın avantajlarını birleştiren
hibrit bir etkinlik stratejisi izlemektedir. Bu
yaklaşım, yerel ve uluslararası aktörlerin
katılımına imkân sağlayarak kapsayıcı bir bilgi
paylaşım platformu sunmaktadır. Günümüz
koşullarında bu model, profesyonel toplu-
luğun farklı ihtiyaçlarını karşılamada etkili
olduğunu kanıtlamıştır.*

*Turizm ve konaklama sektöründe, insan ilişkil-
eri ve atmosferin belirleyici rol oynaması ned-
eniyle, yüz yüze görüşmelerin önemi büyük-*



in tourism and hospitality, where the human factor and atmosphere play a decisive role.

Therefore, when planning events, we aim for an optimal balance between digital and traditional formats, taking into account the specifics of the industry.

In today's tourism business, short video formats have become a powerful marketing tool. Their visual appeal and dynamic nature are especially effective for engaging young audiences-the main target group on social media.

KTA places special emphasis on training professionals to work with these formats by including relevant modules in its educational programs. Mastering modern digital tools allows agencies to respond quickly to market trends, strengthen their market position, and build long-term relationships with clients. A modern tourism manager must be proficient in multi-platform solutions. One of the most important tools in this regard is HelloOtel-a convenient, multifunctional platform that significantly simplifies the work of industry professionals. Today's expert is a versatile professional, equally comfortable working with both traditional sales channels and digital marketing solutions.

tür. Bu nedenle etkinlik planlamasında, dijital ve geleneksel formatlar arasında dengeli bir yaklaşım benimsenmektedir.

*Günümüz turizmde kısa video formatları güçlü bir pazarlama aracına dönüşmüştür. Görsellikleri ve dinamikleri sayesinde özellikle sosyal medya-
daki genç kitleyle etkili bir etkileşim kurmaktadırlar.*

KTA, bu formatlara yönelik mesleki eğitimlere özel önem vermektedir. Eğitim programlarına dahil edilen ilgili modüller sayesinde, seyahat acenteleri modern dijital araçları etkili şekilde kullanmayı öğrenmektedir. Bu da onların pazara daha hızlı tepki vermelerine, konumlarını güçlendirmelerine ve müşteriyle uzun vadeli ilişkiler kurmalarına yardımcı olmaktadır.

*Günümüzün turizm yöneticisi, çoklu platform çözümler konusunda yetkin olmalıdır. Bu bağlam-
da en önemli araçlardan biri, turizm pro-
fesyonellerinin işini büyük ölçüde kolaylaştıran çok
fonksiyonlu bir platform olan HelloOtel'dir.*

*Yeni nesil uzman, hem geleneksel satış kanalların-
da hem de dijital pazarlama çözümlerinde yetkin,
çok yönlü bir profesyonel olmalıdır.*

Turkish Breakfast Named the Best in the World

*Türk Kahvaltısı
Dünyanın En İyisi Seçildi*



ABUNDANCE, VARIETY, AND CULTURAL DEPTH

TasteAtlas editors described Turkish breakfast as **“not just a meal, but a way of life.”** The broad spectrum - from white cheese to black olives, the classic tomato-cucumber duo to homemade jams, from fresh simit and crispy börek to menemen and clotted cream with honey - was praised as a visual and culinary feast. Moreover, the platform highlighted the cultural emphasis on sharing, stating that Turkish breakfast stands out not only for its ingredients but for its communal spirit.

LONG TABLES, DEEP CONVERSATIONS OVER STRONG TEA, AND THE REVERENCE FOR TIME SPENT AT THE TABLE ELEVATE TURKISH BREAKFAST INTO A SOCIAL RITUAL

ZENGİNLİK, ÇEŞİTLİLİK VE KÜLTÜREL DERİNLİK

TasteAtlas editörleri, Türk kahvaltısını **“sadece bir öğün değil, bir yaşam tarzı”** olarak tanımladı. Beyaz peynirden siyah zeytine, domates-salatalık ikilisinden ev yapımı reçellere, sıcak simitten çıtır böreğe, menemenden bal-kaymağa kadar uzanan geniş yelpaze hem görsel hem de damak tadı açısından bir şölen olarak nitelendirildi. Ayrıca Türk kahvaltısının zengin içeriklerden ziyade paylaşma kültürüyle de öne çıktığına dikkat çekildi.

UZUN SOFRALAR, DEMLİ ÇAY EŞLİĞİNDE YAPILAN SOHBETLER VE SOFRADA GEÇİRİLEN ZAMANIN KUTSALLIĞI ELBETTE BU GELENEĞİ “SOSYAL BİR RİTÜELE” DÖNÜŞTÜRÜYOR.



World-renowned gastronomy guide TasteAtlas has ranked Turkish breakfast at the top of its **“World’s Best Breakfasts”** list for 2025. Evaluating hundreds of local delicacies and cultural tables, the platform selected Turkey as this year’s number one. The announcement resonated widely across both international gastronomy circles and social media.

Dünyaca ünlü gastronomi rehberi TasteAtlas, 2025 yılı için hazırladığı “Dünyanın En İyi Kahvaltıları” listesinde Türk kahvaltısını zirveye taşıdı. Yüzlerce yerel lezzeti ve kültürel sofrayı değerlendiren platform, bu yılın birincisi olarak Türkiye’yi seçti. Karar, hem uluslararası gastronomi çevrelerinde hem de sosyal medyada büyük yankı uyandırdı.



A NEW TOOL OF GASTRONOMIC DIPLOMACY

This success strengthens Türkiye's rising profile in gastronomy and positions Turkish breakfast as a form of "cultural branding." From international promotional campaigns to the support of local production and the marketing of touristic destinations, Turkish breakfast is now set to become even more visible on the global stage.

Across Türkiye, many hotels are transforming breakfast into a ritualistic experience - not just in terms of flavor, but also through aesthetic, diverse, and immersive presentations. From boutique hotels to luxury resorts, the emphasis on local ingredients and traditional serving styles plays a key role in integrating this culinary heritage into tourism. Breakfast lounges are evolving beyond morning dining spaces into social venues where guests create unforgettable memories.

IN TÜRKİYE, BREAKFAST IS NOT JUST A WAY TO START THE DAY - IT'S A WAY TO COME TOGETHER. TASTEATLAS'S RECOGNITION SHOWS THAT THE WORLD IS NO LONGER JUST WATCHING THIS CULINARY TRADITION, BUT MAKING SPACE FOR IT.



GASTRONOMIDE YENİ BİR DIPLOMASI ARACI

Türkiye'nin gastronomi alanındaki yükselen profilini güçlendiren bu başarı, aynı zamanda bir "kültürel marka" niteliği de taşıyor. Yurt dışı tanıtım kampanyalarında, yerel üretimin desteklenmesinde ve turistik destinasyonların pazarlanmasında Türk kahvaltısı artık daha görünür olacak.

Özellikle Türkiye'deki birçok otelin, kahvaltı sunumlarını sadece lezzet açısından değil, aynı zamanda estetik, çeşitlilik ve deneyim odaklı sunumlarla birer ritüele dönüştürdüğü de gözlemleniyor. Butik otellerden lüks tatil köylerine kadar geniş bir yelpazede, yerel ürünlere ve geleneksel sunumlara verilen önem, bu gastronomik mirasın turizme entegre edilmesinde önemli bir rol oynuyor. Kahvaltı salonları sabah öğünü almanın dışında, konukların unutulmaz anılar biriktirdiği sosyal mekânlar olarak konumlanıyor.

TÜRKİYE'DE KAHVALTI YALNIZCA GÜNE BAŞLAMANIN DEĞİL, BİRLİKTE OLMANIN DA BİR YOLU. TASTEATLAS'IN BU SEÇİMİ, DÜNYANIN ARTIK BU SOFRAYI İZLEMENİN ÖTESİNDE ONA YER AÇTIĞINI GÖSTERİYOR.

ABUNDANCE, VARIETY, AND CULTURAL DEPTH

TasteAtlas bases its rankings on various criteria, including taste, use of local ingredients, cultural context, visual appeal, and the holistic experience. In this context, Turkish breakfast outshined others with its deep-rooted tradition and its ability to showcase rich regional diversity.

LEZZETTEN KIMLIĞE: TÜRK KAHVALTISININ ÇOK KATMANLI HİKÂYESİ

TasteAtlas, değerlendirmelerinde lezzetin yanı sıra yerel ürün kullanımı, kültürel bağlam, görsel sunum ve deneyim bütünlüğü gibi kriterleri esas alıyor. Bu bağlamda Türk kahvaltısı; hem köklü geleneği hem de bölgesel farklılıkları bir arada sunma becerisiyle diğer ülkelerin kahvaltılarını geride bırakmayı başardı.

Kilikya Palace Göynük

**Timeless
Comfort
Immersed
in Nature**
*Doğayla
İç İçe Zamansız
Bir Konfor*

As you walk along the pine-scented roads of Göynük in Kemer, a refined structure awaits at the shimmering shores where the Mediterranean meets the blue. Surrounded by nature, carrying the spirit of each season, this is no ordinary destination. Kilikya Palace Göynük goes far beyond the traditional concept of a holiday. It is a center for discovery, culture, and sustainable living.

The warm summer sun, gentle winter rains, fresh beginnings of spring, and serene farewells of autumn... Kilikya Palace brings the rhythm of the Mediterranean to life across twelve months in a storybook-like atmosphere. And it's not just an accommodation experience—it's a visionary model that prioritizes the regional economy, local production, and ecological balance.

Kemer Göynük'ün çam kokulu yollarında ilerlerken, Akdeniz'in maviyle buluştuğu pırıl pırıl kıyılarda çok zarif bir yapı karşılıyor sizi. Doğayla iç içe, mevsimlerin ruhunu taşıyan eşsiz bir durak... Kilikya Palace klasik bir tatil anlayışını çoktan geride bırakmış durumda. Burası konforun çok ötesinde keşiflerin, kültürün ve sürdürülebilir yaşamın merkezi.

Yazın simsıcak güneşi, kışın tatlı yağmurları, ilkbaharın taze başlangıçları ve sonbaharın dingin vedaları... Kilikya Palace, Akdeniz'in ritmini masalsı bir havayla 12 aya yayıyor. Üstelik bu sadece bir konaklama deneyimi değil; bölge ekonomisini, yerel üretimi ve doğanın dengesini önceleyen vizyoner bir model.



İsmail Hakkı Yılmaz
Coordinator

Ece İrem Dinç
Tourism Explorer

Çağla Ercan
Sales and Marketing Director

“WE ARE WRITING A BRAND-NEW WINTER STORY FOR KEMER”

Kilikya Palace Göynük's Sales and Marketing Director, Ms. Çağla Ercan, explains how they are transforming the classic notion of a Mediterranean winter vacation:

“We want to highlight that Kemer is a unique region that can be enjoyed year-round, not just in summer. That's why we are energizing the winter season with details like heated pools, wellness areas, cultural tours, yoga activities, and picnic excursions. Through nature walks, bike tours, and trips to historical sites and caves, we aim to offer guests from all ages and backgrounds an enriching experience.”

The recently discovered Byzantine castle and nearby cave, currently under restoration, are part of Kilikya Palace's social responsibility efforts. The property also takes it upon itself to protect the surrounding 2000-2500-year-old plane trees and plans to open these cultural treasures to guests through complementary winter tours.

“KEMER'DE KIŞ SEZONU İÇİN YEPYENİ BİR HİKÂYE YAZIYORUZ”

Kilikya Palace Satış ve Pazarlama Direktörü sevgili Çağla Ercan, Akdeniz'de kış tatilinin klasik ezberini bozduklarını söylüyor:

“Kemer'in yaz mevsimi dışında da yılın her döneminde yaşanabilecek eşsiz bir coğrafya olduğunu özellikle vurgulamak istiyoruz. Bu nedenle ısıtmalı kapalı havuzumuz, wellness alanlarımız, kültürel turlar, yoga aktiviteleri, piknik turları gibi detaylarla kış sezonunu hareketlendirmeyi amaçlıyoruz. Doğa yürüyüşleri, bisiklet turları, tarihi yerler ve mağara gezileriyle her yaştan ve milletten misafirlerimize keşif dolu bir deneyim sunmak arzusundayız.”

Özellikle yakın zamanda keşfedilen bölgedeki Bizans kalesi ve mağaranın tanıtımı Kilikya Palace'ın sosyal sorumluluk projelerinin önemli bir parçası. Çevrede bulunan 2000-2500 yıllık Çınar ağaçlarının da tanıtımını kendine görev bilen Kilikya Palace, tüm bu değerleri kış sezonunda ücretsiz kültürel turlarla misafirlerine açmayı planlıyor.

COMFORT IN HARMONY WITH NATURE

The high-class all-inclusive service concept at the hotel is one of the key elements that enriches the overall experience. Guests enjoy a wide selection of buffet dishes, à la carte restaurants, and chef-curated offerings that cater to every palate. Spacious indoor and outdoor dining areas host tranquil breakfasts and joyful evening meals alike, while seven distinct bars provide relaxing or lively ambiances for every moment of the day.

Çağla Ercan summarizes their “High Class” concept:

“When designing our High Class concept, we prioritized not only physical comfort but also emotional and experiential fulfillment. We focused on distinctive features that could set us apart. New gastronomic experiences are a priority for us. For example, our Croissant Atelier has been extremely popular among guests—we offer a wide variety of high-quality croissants. Our Cocktail Bar serves flavorful and memorable drinks, and every afternoon our patisserie presents freshly made soufflés. Our Snack Bar, and the Asian, Italian, TexMex, Anatolian restaurants all attract great interest.”

A TASTE FROM LOCAL TO GLOBAL

Beyond luxury accommodation, Kilikya Palace Göynük also contributes to the local economy. Their social responsibility projects centered on Anatolian wines and local production are clear examples of this.

Coordinator İsmail Hakkı Yılmaz emphasizes the importance of giving local gastronomy its rightful place:

“For three years, our staff received professional training in wine. In our wine presentations, we focus on supporting local and boutique producers. We work with artisans and entrepreneurs from all over Türkiye. We even offer wines made from heirloom grape seeds. For us, the most important factor in gastronomy is never compromising on quality. This means choosing branded products and always selecting the best when it comes to food.”

In addition, the hotel's social responsibility projects on carob cultivation and over 20 original recipes submitted to the Provincial Directorate of Agriculture highlight their commitment to regional development.

DOĞANIN RİTMİNE UYUMLU KONFOR

Tesiste high class her şey dahil hizmet anlayışı, deneyimi zenginleştiren en önemli unsurlardan biri. Misafirler gün boyu farklı damak zevklerine hitap eden açık büfeler, A la Carte restoranlar ve özel şef dokunuşlarıyla hazırlanan sunumlarla ağırlanıyor. Geniş iç ve dış oturma alanlarına sahip restoranlar, hem sakin kahvaltılara hem de keyifli akşam yemeklerine ev sahipliği yapıyor. Günün her anına uygun 7 farklı bar ise sohbeti, sessizliği ya da müziği tamamlayan keyifli duraklar sunuyor.

Çağla Ercan, otelin High Class konseptini şöyle özetliyor;

“High Class konsept anlayışımızı oluştururken misafirlerimizin sadece fiziksel konforunu değil, duygusal ve deneyimsel tatminini de ön planda tutarak bir takım çalışmalar yaptık. Bu süreçte ön plana çıkabileceğimiz, farklılık ve farkındalık oluşturabileceğimiz içerikleri bilhassa önceledik. Yepyeni gastronomik deneyimler bizim için önemli. Kruvasan Atölyemiz örneğin. Misafirler tarafından yoğun talep gören bu atölyede pek çok farklı çeşitte ve yüksek kalitede kruvasan sunuyoruz. Kokteyl Bar'ımızda misafirlere son derece lezzetli, deneyimlemeye değer içecekler ikram ediyoruz. Pastane bölümümüzde her öğleden sonra taze sufle sunumumuz oluyor. Alacarte Snack Restoranımız, Uzakdoğu, İtalyan, TexMex ve Anadolu lezzetlerinin sunulduğu Anadolu restoranımız da misafirlerden büyük ilgi görüyor.”

YERELDEN KÜRESELE UZANAN BİR TAT

Kilikya Palace ultra konforuyla turizmi desteklemenin ötesinde bölge ekonomisine de katkı sağlıyor. Özellikle Anadolu şarapları ve yerel üretimle yürüttükleri sosyal sorumluluk projeleri bunun en somut örneği.

Koordinatör İsmail Hakkı Yılmaz, yerel gastronominin dünyada hak ettiği yeri alması gerektiğini şu sözlerle vurguluyor;

“Üç yıl boyunca personelimize uzmanlar tarafından şarap eğitimleri verildi. Şarap sunumlarımızda bilhassa yerel ve butik üreticileri desteklemeyi tercih ediyoruz. Türkiye'nin farklı köşelerinden üreticiler ve yeni girişimcilerle çalışıyoruz. Ata tohumlarından yetişen üzümlerle hazırlanmış yerel şaraplarımız mevcut. Gastronomi konusunda bizim için en önemli nokta, kaliteden asla ödün vermiyor olmak. Kalite yaratırken en çok dikkat ettiğimiz konu, marka ürünler kullanmak ve gıda ürünlerinde her zaman en iyi olanı seçmek.”



WINTER IN THE MEDITERRANEAN: NOT A LUXURY, BUT A CONSCIOUS CHOICE

For those who seek to escape the summer crowds and reconnect with nature's true voice, Kemer offers a completely different experience in winter. When wave sounds soften into whispers, sunsets linger longer, and the streets resemble a poetic mist, Kilikya Palace stands at the heart of it all.

Çağla Ercan mentions their strategic efforts to make Kemer's winter potential more visible:

"Kemer is a uniquely beautiful region, though its distance from the airport sometimes overshadows it. As the Kilikya Palace family, we are working hard to change that perception. We want to show that the Mediterranean is not only a summer destination but also a perfect winter escape. Once our promotional preparations are complete, we plan to offer half-day complimentary tours to guests and create winter tourism potential through excursions to nearby historical sites, cycling and picnic tours, and nature walks."

Ayrıca geçtiğimiz yıl bölgede keçiboynuzu üzerine yürütülen sosyal sorumluluk projeleri ve Kilikya Palace öncülüğünde hazırlanarak Tarım İl Müdürlüğü'ne sunulan 20'den fazla özgün tarif, otelin yerel kalkınmaya olan katkısını açıkça ortaya koyuyor.

KIŞIN AKDENİZ'DE OLMAK BİR AYRICALIK DEĞİL, BİR FARKINDALIK

Yaz kalabalığından uzak, doğanın gerçek sesine kulak vermek isteyenler için Kemer, kış aylarında bambaşka bir hikâye yazıyor. Dalga seslerinin fısıltıya dönüştüğü, gün batımlarının daha uzun sürdüğü, sokakların adeta bir şiir gibi buğulandığı mevsimde, Kilikya Palace bu atmosferin tam kalbinde yer alıyor.

Çağla Ercan, Kemer'in kış potansiyelini daha görünür kılmak için yoğun tanıtım ve pazarlama çalışmaları yürüttüklerini belirtiyor; "Kemer, aslında doğasıyla eşsiz bir bölge. Ne var ki havaalanına uzaklığı nedeniyle diğer ilçelere göre biraz gölgede kalabiliyor. Bizler, Kilikya Palace ailesi olarak bu algıyı kırmak adına ciddi bir çaba sarf ediyoruz. Akdeniz'in sadece yaz aylarında değil kışın da eşsiz bir kış kaçış rotası olduğunu göstermeyi istiyoruz. Bu bölgedeki değerlerin tanıtımıyla ilgili hazırlığımızı tamamladığımızda misafirlerimizi yarım günlük etkinlikler şeklinde ücretsiz turlara çıkarcak ve kışa yönelik bir potansiyel oluşturma çabası içinde olacağız. Çevrede yer alan tarihi mekanlara geziler, bisiklet ve piknik turları, doğa yürüyüşleri gibi çeşitli aktiviteler planlıyoruz."

INNOVATIVE DIGITAL EXPERIENCES

Kilikya Palace Göynük also stands out with its investment in digital infrastructure. Through mobile check-in, loyalty programs, a digital hotel assistant, and room selection features, guests can fully personalize their stay.

Coordinator İsmail Hakkı Yılmaz highlights a one-of-a-kind experience-the hotel's flight simulation center, unlike anything else in the world:

"With access to data from all active airports, guests can simulate real-time flights and weather conditions for an immersive virtual flying experience. This exclusive application offers a truly unique breath of fresh air to Mediterranean hospitality. We always aim to deliver creative innovations to increase guest satisfaction. Being a pioneer is part of our vision."

A YEAR-ROUND ESCAPE IN THE HEART OF GÖYNÜK

By staying open all year, Kilikya Palace Göynük is more than a hotel-it is a living, evolving, and exemplary model of sustainable tourism. Through local employment, eco-friendly initiatives, and ongoing contributions to the regional economy, it presents a vision that touches the Mediterranean's future.

Winter in the Mediterranean is no longer a distant luxury. It is a conscious choice-one of self-care and reconnection with nature. And this experience is made possible by Kilikya Palace Göynük.

YENİLİKÇİ DİJİTAL DENEYİM

Kilikya Palace Göynük'ün vizyonu elbette doğayla sınırlı değil, dijital altyapı yatırımlarıyla misafir deneyimini bambaşka bir noktaya da taşıyor. Mobil check-in, sadakat programları, otel asistan ve dijital oda seçimi (room selection) gibi çeşitli teknolojik yapılar sayesinde misafirler konaklama sürecini tamamen kişiselleştirebiliyor.

Dünyada hiçbir otelde benzeri olmayan uçak simülasyon merkezi deneyiminden söz eden İsmail Hakkı Yılmaz, yönetim olarak bu gibi yaratıcı gelişimleri son derece önemsediklerini belirtiyor.

"Tüm aktif havaalanlarının kayıtlı olduğu sistem sayesinde misafirler, birebir rotada, hava koşullarını ayarlayarak sanal uçuş deneyimi yaşıyor. Bu özgün uygulama, Akdeniz'de konaklamaya kesinlikle çok farklı bir soluk getiriyor. Misafir memnuniyeti açısından daima yaratıcı işler yapmaya çalışıyoruz. Öncü olmak bizim vizyonumuz."

GÖYNÜK'ÜN KALBINDE 12 AY SÜREN BİR KAÇIŞ

Kilikya Palace Göynük, yılın her günü açık olarak konaklama sunmanın yanı sıra sürdürülebilir turizmin yaşayan, gelişen ve örnek gösterilen bir modeli hâline geliyor. Yerel istihdamdan çevre dostu projelere, bölge ekonomisine sağladığı sürekli katkıyla, Akdeniz'in geleceğine dokunan bir vizyon ortaya koyuyor.

Kışın Akdeniz'de olmak artık uzak bir lüks değil; aksine farkındalıkla seçilen, kendine zaman ayırmanın ve doğayla yeniden buluşmanın bilinçli bir yolu. Elbette Kilikya Palace Göynük sayesinde.



Through the camera's eye:

Istanbul

KAMERANIN GÖZÜNDEN STANBUL

This city is not just a backdrop - it's a storyteller in its own right. It doesn't simply hold a scene; it gives it soul. Wherever the camera turns, Istanbul begins to speak.

Hiçbir kadrja sığmayan İstanbul... Güzelliğiyle yalnızca sinemacıları değil, izleyicileri de büyüleyen bu kent, yıllardır beyazperdede kendini yeniden ve yeniden oynuyor. İster bir James Bond kovalamacası, ister sepya tonlarında bir Yeşilçam aşkı olsun, İstanbul daima İstanbul rolünde.

Istanbul a city no single frame can ever hold.

With its mesmerizing beauty, it captivates not just filmmakers but audiences across the world - playing itself again and again on the silver screen. From high-octane James Bond chases to the sepia-tinted romances of Yeşilçam, Istanbul never pretends. It always stars as... itself.

In this article, we trace the footsteps of this natural film set that has enchanted viewers for generations. By visiting the locations that hosted some of cinema's most unforgettable scenes, we re-read Istanbul through the camera's lens.

Uluslararası Yapımların İzinde

Istanbul... Sinemanın tüm anlatı evrenlerini tek bir ekranda buluşturabilen ender kentlerden biri. Batı'nın rasyonelliğini Doğu'nun düşsel dünyasıyla iç içe geçiren bu kent, bazen modern bir casusluk hikâyesinin gerilimli fonu olurken bazen de çocukluk anılarını anımsatan bir sokak melodramının sıcakık dekoru olarak karşımıza çıkar.

Eminönü'nün kalabalığından Kapalıçarşı'nın çatısına atlayan James Bond'u hatırlarsınız. "SKYFALL" ile İstanbul, adrenalini yüksek sahnelerle dolu bir dünya şehrine dönüşmüştü. O sahnede çatıdan çatıya atlarken nefesimizi tutmuştuk hep beraber. Sonrasında Vefa'da içilen bir bardak boza tüm maceranın lezzetli bir finali gibiydi.



IN THE FOOTSTEPS OF INTERNATIONAL PRODUCTIONS

Istanbul is one of the rare cities in the world that can bring together every narrative universe of cinema on a single screen. Merging Western rationalism with the dreamlike essence of the East, it sometimes becomes the tense backdrop of a modern spy thriller and at other times the warm setting of a street melodrama that evokes childhood memories.

You may recall James Bond leaping from the crowded streets of Eminönü to the rooftops of the Grand Bazaar. In Skyfall, Istanbul transformed into a high-octane global metropolis. We all held our breath during those rooftop stunts - only to unwind later with a glass of boza in Vefa, a sweet finale to a wild ride.

In Inferno, Tom Hanks unravels historical mysteries in the shadows of Hagia Sophia, unearthing the city's ancient secrets. And with him, we descended into the mystical realm of the Basilica Cistern. Taken 2 shook the stones of Sultanahmet with action-packed sequences, the rooftops echoing with footsteps of suspense.

In Argo, the streets of Karaköy became Tehran - a charming proof that this city doesn't just host a story, it performs one.

BU ŞEHİR, SADECE BİR ARKA PLAN DEĞİL BAŞLI BAŞINA BİR ANLATICIDIR.

Tom Hanks'in "INFERNO"da Ayasofya'nın gölgelerinde tarihi gizemleri çözdüğü anlar, İstanbul'un kadim sırlarını gün yüzüne çıkarır nitelikteydi. Derken, yine Tom Hanks'le beraber Yerebatan Sarnıcı'nın büyülü dünyasına inmiştik. "TAKEN 2" nun aksiyon dolu sahneleriyle Sultanahmet'in taşları sarsılmış, çatılar kovalamacaların ayak sesleriyle yankılanmıştı.

TÜRK SINEMASININ İZLERİ; AŞKIN VE MELODRAMIN KENTİ

Yeşilçam'ın İstanbul'u kıpır kıpır delikanlılar, umutsuz sevgililer ve göz yaşartan trajedilerle dolu unutulmaz bir hatıradır kuşkusuz. Sadri Alışık'ın Cibali Karakolu'nda yakaladığı tebessüm, Türkan Şoray'ın tek bakışıyla devirdiği kaleler... Beyoğlu'nun kaldırımlarında yürürken halen Yeşilçam'ın etkisiyle o eski zamanların fısıltılarını duymak mümkündür.

Nuri Bilge Ceylan'ın İstanbul'u ise bambaşka bir hikayedir; sessizliğin sesiyle örülmüş, ağır çekimde akan bir duygular şehri izleriz onun filmlerinde. Ceylan'ın kadraji İstanbul'u yağmurdan sonra açılan gri bir gökyüzü gibi gösterir sanki. Boğaz asla bir kartpostal rengine değildir, aksine sislerin ardında silik, uzak ve melankolik bir gölgedir. Kentin her bir detayında yüzyılların ağırlığını hissederiz bu filmle.



“
Istanbul isn't the
background
of a story; it's the
heart.

A drama begins in
its morning mist,
intrigue brews in
the shadows of its
stone walls. Some
scenes may fade,
but every frame
captured in
this city lingers in
the memory.

”
Bazen bir
fotoğrafa ya da bir
filme bakarken,
geçmişteki
bir İstanbul'u
görmenin hüznünü
mutluluğunu
yaşardım. İstanbul'da
yaşamak, geçmiş
zamanın
bir parçası
olmaktır.



DIZILERİN PARLATTIĞI SOKAKLAR

Son yıllarda televizyon dizilerinin büyüdü dünyası sayesinde bilhassa Balat, Fener ve Galata birer yıldız semte dönüşmüş durumda. Renkli cumbalı evler, nostaljik kapılar, taş duvarlar ve mahalle esnafları... İstanbul'u ziyaret eden her turist artık kendi favori dizisinin sahneleri arasında gezinmek, kahramanlarının adımlarını takip etmek isteğiyle dolup taşıyor.

İstanbul, her dönemin, her türün, her hikâyenin içinde yer alabilecek kadar zengin; ama hiçbir zaman sıradan bir dekor olacak kadar sessiz değil. O, kimi zaman bir aşkın arka planında ağır ağır süzülen bir silüet, kimi zaman bir kaçış sahnesinin en sert virajı. Ama en çok da izleyenin gözlerinde yaşayan, filme değil hafızaya çekilen bir kent..

**BU ŞEHİR, SADECE BİR ARKA
PLAN DEĞİL
BAŞLI BAŞINA BİR ANLATICIDIR.
HIKÂYEYE MEKÂN DEĞİL, RUH KATAR.
KAMERA NEREYE DÖNSE, İSTANBUL
ORADAN ANLATMAYA BAŞLAR.**

THE TRACES OF TURKISH CINEMA: A CITY OF LOVE AND MELODRAMA

Yeşilçam's Istanbul is a bittersweet memory filled with lively young men, hopeless lovers, and tear-jerking tragedies. The smile Sadri Alışık flashed in Cibali Karakolu, the way Türkan Şoray's glance could topple empires - those moments still echo on the sidewalks of Beyoğlu. You can feel the whispers of a bygone era with every step.

Nuri Bilge Ceylan's Istanbul is a different tale entirely — a city of slow-moving emotions woven in silence. His lens shows Istanbul like a gray sky clearing after rain. The Bosphorus is never a postcard shade of blue, but a distant, mist-veiled silhouette. Every detail in his films carries the weight of centuries.

STREETS ILLUMINATED BY TV SERIES

In recent years, the magical world of Turkish TV dramas has turned neighborhoods like Balat, Fener, and Galata into pop culture stars. Colorful bay windows, nostalgic doors, stone walls, and local shopkeepers — every tourist visiting Istanbul now arrives eager to walk through scenes from their favorite show, retracing their heroes' steps.



10 Unforgettable Films Set in Istanbul

İstanbul'da Geçen 10 Unutulmaz Film



1

Skyfall (2012)

As James Bond flies over the rooftops of the Grand Bazaar on her motorcycle, Istanbul becomes the star of action cinema.

James Bond, Kapalıçarşı'nın çatılarında motosikletle uçarken İstanbul, aksiyon sinemasının yıldızına dönüşüyor.



2

Inferno (2016)

As Tom Hanks solves puzzles in Hagia Sophia and the Basilica Cistern, we follow the trail of Istanbul's timeless secrets.

Tom Hanks, Ayasofya ve Yerebatan Sarnıcı'nda tarihsel bilmeceleri çözerken biz de kadim İstanbul'un izini sürüyoruz.



3

Taken 2 (2012)

Liam Neeson's heart-pounding chase through Sultanahmet shakes the cobblestones with every step.

Liam Neeson, Sultanahmet ve çevresinde soluk soluğa bir kovalamacaya girişiyor. Her adımda meydanın taşları sarsılıyor.



4

The International (2009)

A political thriller set around Istanbul Modern and the Galata Bridge, portraying the city's modern and chaotic face.

İstanbul Modern ve Galata Köprüsü etrafında geçen politik gerilim; İstanbul hem çağdaş hem de kaotik yüzüyle karşımızda.



5

Argo (2012)

Karaköy's streets double as Tehran - a perfect example of Istanbul's incredible range.

Karaköy sokakları bu kez Tahran oluyor. İstanbul, rol yapabilen şehir kimliğini burada resmen zirveye taşıyor.



6

From Russia with Love (1963)

Bond's first Istanbul adventure: the Basilica Cistern, Sirkeci Station, the Bosphorus... the city's cinematic legend begins here.

Bond'un ilk İstanbul macerası. Yerebatan Sarnıcı, Sirkeci Garı ve Boğaz... İstanbul sinemanın belleğine ilk kez böyle yazılıyor.



7

Topkapı (1964)

A classic heist at Topkapı Palace - where history and suspense meet in perfect harmony.

Klasik bir soygun hikâyesi: Topkapı Sarayı'nda geçen bu yapım, İstanbul'un tarihiyle entrikayı harmanlıyor.



8

The Accidental Spy (2001)

Jackie Chan kicks, flips, and leaps through Eminönü and the Grand Bazaar - Istanbul at the center of action once again.

Jackie Chan, Eminönü ve Kapalıçarşı sokaklarında hem dövüşüyor hem zıplıyor — İstanbul aksiyonun merkezinde.



9

Istanbul Beneath My Wings (1996)

A historical fantasy about Hezarfen Ahmed Çelebi - blending myth, history, and cinema into one frame.

Hezarfen Ahmed Çelebi'nin gözünden 17. yüzyıl İstanbul'u; efsane, tarih ve sinema aynı karede buluşuyor.



10

Distant (2002)

Life slows under Istanbul's gray skies... Ceylan's lens captures deep loneliness in the middle of the crowd.

İstanbul'un gri gökyüzü altında sessizce ağırlaşan hayatlar... Nuri Bilge Ceylan'ın kamerası, kalabalıklar içinde derin bir yalnızlığı anlatıyor.



We know this for certain: in Istanbul, the film never really ends. There's no "THE END" here - only the lights dimming as the camera turns to another story. In this city, cinema isn't just an art form - it's a way of life. And thank goodness for that.

Biliyoruz ki, İstanbul'da film hiçbir zaman sona ermez, burada "THE END" yoktur. Sadece ışık biraz kısılır ve kamera bir başka hikâyeye döner. Bu kentte sinema bir sanat değil, bir yaşam biçimidir ve iyi ki de öyledir...

Four Countries, Four Perspectives: Luxury Tourism Strategies in the Global Market

Dört Ülke, Dört Yaklaşım: Global Turizmde Luxury Hizmet Stratejileri

HOW IS THE CONCEPT OF LUXURY EVOLVING IN TÜRKİYE, RUSSIA, EGYPT, AND THAILAND?

The concept of luxury in global tourism is undergoing a major transformation. Türkiye, Thailand, Egypt, and Russia - four distinct geographies, four unique approaches—are each redefining luxury tourism in line with their historical, cultural, and natural resources. But how do these destinations compete on the international stage?

TÜRKİYE, RUSYA, MISIR VE TAYLAND'DA LÜKS ALGISI NEREYE EVRİLDİ?

Küresel turizmde lüks kavramı yeni baştan şekilleniyor. Türkiye, Tayland, Mısır ve Rusya; dört farklı coğrafya, dört ayrı yaklaşım. Her biri lüks turizmi kendi tarihi, kültürel ve doğal kaynakları doğrultusunda tekrar tanımlıyor. Peki bu destinasyonlar uluslararası pazarda nasıl bir rekabet stratejisi izliyor?



Over the past decade, the definition of “luxury” in travel has shifted dramatically. Once synonymous with high-spending, comfort-focused holidays, luxury travel today has evolved into a much more layered and experience-driven concept.

TODAY'S PREMIUM TRAVELER IS NO LONGER JUST LOOKING FOR FIVE-STAR HOTELS-THEY SEEK AUTHENTICITY, SERVICE MODELS ALIGNED WITH SUSTAINABILITY PRINCIPLES, AND DESTINATIONS RICH IN CULTURAL DEPTH.

This shift has forced countries to recalibrate their tourism strategies. Geographic advantages, historical legacy, culinary diversity, and spiritual value all become unique selling points within the luxury segment. As global competition intensifies, a destination's ability to differentiate itself is now directly linked to its brand value and investment appeal.

In this article, we explore how Türkiye, Thailand, Egypt, and Russia are each carving out distinctive luxury strategies, through the lens of experience design, infrastructure investments, and destination diversity.

Dünya turizminde “lüks” kavramı son on yılda radikal bir dönüşüm geçirdi. Geleneksel anlamda yalnızca yüksek harcama gücüne dayalı konforlu seyahatler olarak tanımlanan lüks turizm, günümüzde çok daha katmanlı bir anlayışa evrildi.

BUGÜNÜN PREMIUM SEYAHAT KULLANICISI ARTIK SADECE BEŞ YILDIZLI OTEL ARAYIŞINDA DEĞİL; ÖZGÜN DENEYİMLER, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLKELERİYLE UYUMLU HİZMET MODELLERİ VE KÜLTÜREL DERİNLİĞİ OLAN DESTINASYONLARA YÖNELİR VAZİYETTE.

Bu değişim kuşkusuz ülkelerin turizm stratejilerini yeniden konumlandırmasını zorunlu hale getirdi. Coğrafi avantajlar, tarihî miras, gastronomik zenginlik ya da spiritüel unsurlar; her biri lüks segmentte farklı bir değer önerisine dönüşebiliyor. Küresel rekabetin gidererek arttığı bu alanda destinasyonların farklılaşma kabiliyeti, doğrudan marka değeri ve yatırım çekiciliğiyle ilişkili hale geliyor.

Bu kapsamda Türkiye, Tayland, Mısır ve Rusya'nın lüks turizmde nasıl farklılaştığını anlamak için deneyim tasarımı, altyapı yatırımları ve destinasyon çeşitliliği üzerinden detaylı bir yolculuğa çıkıyoruz bu yazımızda.

Experience - Based Luxury Rooted in Cultural Heritage

Türkiye

*Kültürel Mirasla Bütünleşmiş
Deneyim Temelli Lüks*

Türkiye is emerging as a standout destination in luxury tourism not just through its service quality, but through its deep cultural legacy, geographic diversity, and experience-driven approach. In key tourism hubs such as Bodrum, Göcek, Cappadocia, Antalya, and Istanbul, high-end properties offer guests a fusion of history, nature, and gastronomy.

Most of these properties prioritize not only luxury but also sustainability, with architecture in harmony with local design, use of regional materials, eco-conscious practices, and integration with local communities. Wellness and medical tourism are also on the rise, particularly along the Aegean and Mediterranean coasts.

With its layered identity, Türkiye is increasingly seen on the global stage as a destination “where local character meets universal comfort.” Beyond high-end hospitality, it offers a holistic value proposition to its visitors.

Türkiye, lüks turizm alanında yalnızca fiziksel hizmet kalitesiyle değil, köklü kültürel mirası, coğrafi çeşitliliği ve deneyim odaklı yaklaşımıyla da dikkat çeken bir destinasyon olarak öne çıkıyor. Bodrum, Göcek, Kapadokya, Antalya ve İstanbul gibi stratejik turizm merkezlerinde konumlanan üst segment konaklama tesisleri misafirlere tarih, doğa ve gastronomiyi bütünleştiren özgün deneyim olanakları sunuyor.

Bu tesislerin büyük bölümü hem lüksü hem de sürdürülebilirliği önceliklendiriyor. Yerel mimariyle uyumlu yapılar, bölgeye özgü doğal malzemeler, çevresel hassasiyet ve toplumsal entegrasyon gibi unsurlar Türkiye'nin bu segmentteki hizmet sunumuna entegre edilen temel değerler arasında yer alıyor. Wellness ve sağlık odaklı turizm, Türkiye'nin yükselen dikeylerinden biri olarak özellikle Antalya ve Ege kıyılarında ön plana çıkıyor.

Çok katmanlı yapısıyla uluslararası turizm sahnesinde giderek daha fazla “yerel kimlikle evrensel konforun birleştiği bir destinasyon” olarak tanımlanan Türkiye, lüks hizmetin yanında ziyaretçilere aslında bir değerler bütünü öneriyor.



Russia

A Tourism Narrative Built on Art, Architecture, and Prestige

*Rusya: Sanat, Mimari ve
Prestijle Kurgulanan
Turizm Anlayışı*

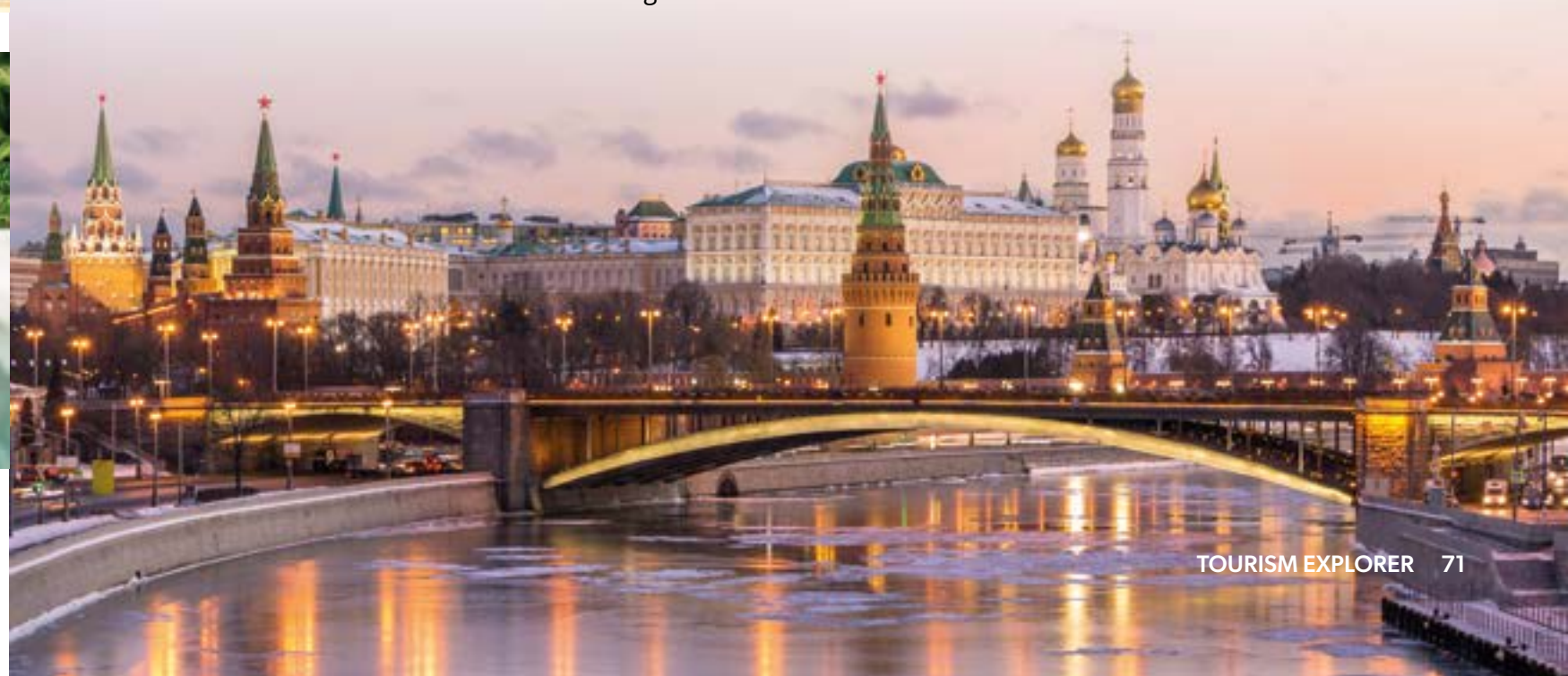
For years, Russia equated luxury with grandeur, excess, and wealth-gilded lobbies and private jets to Monaco defined the scene. But over the last decade, the country has seen the rise of a more refined form of luxury-quiet luxury.

In cities like Moscow and St. Petersburg, luxury is now being redefined through cultural depth, imperial splendor, and symbols of status. Former imperial palaces turned hotels, exclusive art events, and gourmet experiences form the core of Russia's premium tourism offer.

Winter resorts in Sochi and Rosa Khutor now deliver year-round luxury through ski tourism. However, geopolitical conditions have led to fluctuations in Russia's global market share.

Rusya, lüks kavramını uzun yıllar boyunca büyük, gösterişli ve pahalı olanla eş tuttu. Sovyet sonrası dönemle birlikte yükselen “yeni zenginlik” dalgası, altın varaklı lobilerden özel jetlerle Monaco kaçamaklarına uzanan bir trend yarattı. Ancak son on yılda yeni bir dönüşüm başladı; sessiz lüks. Rusya şimdilerde Moskova ve St. Petersburg gibi büyük şehirlerde lüks turizmi yüksek kültür, tarihî ihtişam ve statü sembolleri üzerinden yeniden tanımlıyor. Eski imparatorluk saraylarından dönüştürülmüş oteller, özel sanat etkinlikleri ve gösterişli gastronomi deneyimleri, ülkenin bu segmentteki temel argümanlarını oluşturuyor.

Kış sezonunda Soçi ve Rosa Khutor gibi bölgelerdeki dağ otelleri, kayak turizmiyle birleşerek dört mevsime yayılan bir lüks hizmet profili sunuyor. Fakat mevcut jeopolitik koşullar nedeniyle ülkenin uluslararası pazar payında dalgalanmalar da gözlenmiyor değil.



A New Luxury Rising from an Ancient Legacy

Egypt

Mısır: Mirasın Üzerine İnşa Edilen Yeni Lüks Kavramı

Egypt stands out as a destination that has redefined luxury through a strong historical and cultural foundation. High-end Nile River cruises, luxury hotel developments around the Giza Pyramids, and the restoration of historic properties along the Luxor-Aswan route anchor Egypt's premium tourism offering.

Here, luxury is not just about comfort—it's about meaning and place. Hotels integrated with ancient structures, gastronomy rooted in local traditions, and interiors inspired by timeless aesthetics give Egypt a unique identity in the luxury space.

Mısır, lüks turizm alanında tarih ve kültürel miras temelli bir strateji benimseyerek farklılaşan destinasyonlardan biri olarak öne çıkıyor. Nil Nehri üzerinde düzenlenen yüksek segmentli cruise turları, Giza Piramitleri çevresinde yükselen yeni nesil otel projeleri ve Luxor-Aswan hattındaki tarihî yapıların özgün restorasyonları ülkenin bu alandaki konumunu güçlendiren başlıca dinamikler arasında yer alıyor.

Lüks segmentte sunulan hizmetler elbette konforla sınırlı değil; kültürel derinlik ve mekânsal anlam da bu deneyime entegre ediliyor. Antik döneme ait yapılarla bütünleşik oteller, bölgeye özgü mutfak öğelerini merkeze alan gastronomik konseptler ve zamansız bir estetikle harmanlanan iç mimari anlayışı.



Thailand

Spiritual Minimalism and Sensor Sophistication

Tayland: Spiritüel Minimalizm ve Duyusal Zarafet

Thailand has positioned itself as a leader in wellness and health-focused luxury tourism. In destinations like Phuket, Koh Samui, and Chiang Mai, international hotel brands and boutique retreat centers offer more than just comfort—they focus on holistic well-being.

Programs include meditation, yoga, mindful eating, and traditional Thai therapies, creating an experience centered on inner transformation rather than surface-level indulgence. Minimalist design inspired by Eastern philosophy merges with refined service to craft a new luxury language.

In the wake of the pandemic, the rising global interest in mental detox and self-healing has made Thailand a top destination not only for Asian travelers but also for high-net-worth tourists from Europe and North America. The country now represents a unique tourism ecosystem that blends tranquility with transformation.

Tayland, lüks turizmde özellikle wellness ve health retreat odaklı konseptleriyle öne çıkan, bu alanda markalaşmış destinasyonlardan biri olarak konumlanıyor. Phuket, Koh Samui ve Chiang Mai gibi bölgelerde faaliyet gösteren yüksek segmentli uluslararası otel zincirleri ve butik inziva merkezleri misafirlere konforlu bir konaklama sunmanın ötesinde holistik sağlık yaklaşımlarını da merkeze alan, beden-zihin dengesine odaklanan kapsamlı programlar geliştiriyor. Meditasyon, yoga, mindful beslenme ve geleneksel Thai terapileri gibi unsurlar Tayland'ın lüks turizm anlayışında yüzeyel tüketimden çok içsel dönüşüm hedefini ön plana çıkarıyor. Uzakdoğu kültürünün doğallığıyla şekillenen bu deneyimler, rafine hizmet anlayışı ve sadeliği esas alan mimariyle birleşerek çağdaş bir ayrıcalık dili yaratıyor.

Pandemi sonrası değişen seyahat motivasyonları doğrultusunda yükselişe geçen "zihinsel arınma" ve "bireysel iyileşme" arayışı, Tayland'ı yalnızca Asya pazarında değil, Avrupa ve Kuzey Amerika menşeli yüksek gelir grubundaki turistler arasında da cazip bir rota haline getirdi. Bugün Tayland, lüksün sessizliğiyle iyileşmenin derinliğini bir araya getiren özgün bir turizm ekosistemi inşa etmiş durumda.



LUXURY IS NO LONGER ABOUT OPULENCE-IT'S ABOUT MEANING.

As the global tourism industry evolves, the luxury segment is being redefined with new depth and dimension. Türkiye offers experiential luxury grounded in cultural identity. Thailand presents wellness as a refined, spiritual journey. Egypt merges antiquity with high-end hospitality. And Russia crafts opulence through cultural grandeur and historical prestige.

These four destinations not only compete globally but also reflect diverse lifestyles, values, and aspirations. In this context, luxury is not just about offering more—it's about building something more meaningful.

LÜKS; GÖSTERİŞTEN DEĞİL, DERİNLİKTEN BESLENEN YENİ BİR YOLCULUK BİÇİMİ.

Küresel turizm endüstrisinde lüks kavramı, giderek daha fazla anlam ve içerik kazanıyor. Türkiye'nin kültürel zenginlikten beslenen deneyim temelli sunumu, Tayland'ın içsel dönüşüm odaklı wellness anlayışı, Mısır'ın tarihî ihtişamla şekillenen miras turizmi ve Rusya'nın sanat ile prestiji harmanlayan görkemli yapısı; her biri lüksün çok yönlü doğasına farklı bir yorum getiriyor.

Bu dört ülke, lüks turizmin geleceğinde yalnızca rekabet eden destinasyonlar değil, aynı zamanda farklı yaşam biçimlerinin, beklentilerin ve değer sistemlerinin yansıma alanları olarak konumlanıyor. Bu bağlamda lüks, yalnızca daha fazlasını sunmak değil; daha anlamlı olanı inşa etmekle eşdeğer hale geliyor.

SEGMENTATION AND STRATEGIC POSITIONING IN LUXURY TOURISM

TÜRKİYE Key Strengths	Cultural depth, geographic diversity
Highlighted Experiences	Gastronomy, Wellness, Heritage Tourism
THAILAND Key Strengths	Spiritual - focused experiences
Highlighted Experiences	Retreats, Spa, Natural Simplicity
EGYPT Key Strengths	Archaeological infrastructure
Highlighted Experiences	Heritage Hotels, River Cruises
RUSSIA Key Strengths	Art and grandeur
Highlighted Experiences	Cultural Events, Winter Luxury Experiences

LÜKS TURİZMDE SEGMENTASYON VE STRATEJİK KONUMLANMA

TÜRKİYE Güçlü Yön	coğrafi çeşitlilik
Öne Çıkan Alanlar	Gastronomi,, Wellness, Kültürel miras
TAYLAND Güçlü Yön	Spiritüel odaklı deneyim
Öne Çıkan Alanlar	Retreat, Spa, Doğal sadelik
MISIR Güçlü Yön	Arkeolojik altyapı
Öne Çıkan Alanlar	Heritage oteller,, Nehir turları
RUSYA Güçlü Yön	Sanat ve ihtişam
Öne Çıkan Alanlar	Kültürel etkinlikler, Kış turizmi

The Universal Codes of a Dish with
Chef Ömer Yalçın

An Ambassador Between Tables:

*Sofralar Arası Bir Elçi;
Şef Ömer Yalçın'la
Tabağın Evrensel Kodları*

A refined palate, a disciplined kitchen, and a boundless vision... Chef Ömer Yalçın's career inspires not only through the food he cooks but the values he embodies. Born in Gaziantep to an Arab father and Turkish mother, Yalçın now serves as Executive Chef at Rixos Radamis in Sharm El Sheikh, Egypt. Far from simply preserving his culinary heritage, he transforms it, amplifies it, and brings it to tables around the world. From Egypt to Russia, from Türkiye to Tatarstan, this journey bridges cultures and transcends borders. We spoke with him about the behind-the-scenes of his profession, the international gastronomy scene, and his vision-he has cooked alongside Michelin-starred chefs, initiated zero-waste projects, and mentors young chefs in his kitchen's values.

Rafine bir damak, disiplinli bir mutfak ve sınır tanımayan bir vizyon... Şef ÖMER YALÇIN'ın kariyeri yalnızca pişirdiği yemeklerle değil, temsil ettiği değerlerle de ilham verici. Arap bir baba ve Türk bir annenin çocuğu olarak doğduğu Gaziantep mutfağından yola çıkan Yalçın, bugün Mısır'ın Sharm El Sheikh kentinde, Rixos Radamis otelinde Executive Şef olarak görev yapıyor.

Mutfak mirasını yaşatmanın ötesinde onu dönüştürüyor, çoğaltıyor ve uluslararası sofralara taşıyor. Türkiye'den Mısır'a, Rusya'dan Tataristan'a uzanan bu yolculukta kültürler buluşuyor, reçeteler sınırları aşıyor. Michelin yıldızlı şeflerle aynı mutfakçı paylaşıyor, sıfır atık ilkelerine duyarlı projeler geliştiren ve genç şefleri kendi mutfağının değerleriyle buluşturmaya çalışan Yalçın ile mesleğin mutfak arkasını, uluslararası gastronomi sahnesini ve kendi vizyonunu konuştuk.



Tourism Explorer: Having worked in Egypt for about 1.5 years, which culinary differences have you noticed?

Ömer Yalçın: I first worked in Egypt in 2017, and now I'm here again. I'm part of a one-of-a-kind project-something very meaningful for my career. As someone of Arab heritage, I'm already deeply familiar with Egyptian culture, so being here hasn't changed much. However, there are similarities and differences between Turkish and Egyptian gastronomy. Many sweets and meze are quite similar, but when it comes to main dishes and soups, the spices and cooking techniques differ significantly. My team and I teach Turkish culinary culture to our local chefs while immersing ourselves in Egyptian cuisine. In my view, you must always respect and learn as much as possible about the local culture.

Tourism Explorer: As a chef representing Turkish cuisine in Egypt, what does this mean to you?

Ömer Yalçın: Representing Turkish cuisine means bridging cultural gaps by showcasing it in Egypt, always using authentic and accurate recipes on an international stage. We offer guests—both local and international, especially those who've been to Türkiye and seek Turkish flavors—a unique experience. We promote the diversity and richness of Turkish flavors and ingredients among Egyptians and tourists, encouraging recognition and appreciation of our culinary heritage.

Tourism Explorer: What did events like the "Four Hands Dinner" bring you? How was cooking alongside Michelin-starred chefs?

Ömer Yalçın: The "Four Hands Dinner" holds great importance for me. Every chef dreams of working with a Michelin-starred counterpart. Over the past six years, in Russia, Türkiye, and Egypt, we've created these dinners for our guests—my team and I feel very fortunate to learn from top chefs and share the kitchen with them.

Tourism Explorer: Compared to working in Türkiye, what differences have you observed in Egypt's professional kitchen environment?

Ömer Yalçın: It's hard to compare Egypt with Türkiye or any country—I've worked in ten countries so far. The experience in Turkish kitchens—the chefs, the equipment, the products—is unique and unmatched. There are significant differences.

Tourism Explorer: Mısır'da yaklaşık 1,5 yıldır görevdesiniz. Bu süreçte gastronomi açısından gözlemlediğiniz farklılıklar neler oldu?

Ömer Yalçın: Aslında 2017 yılında yine Mısır'da görev almıştım ve bir buçuk yıldır tekrar Mısır'dayım, dünyada neredeyse örneği olmayan bir projede görev alıyorum ve bundan dolayı da çok mutluyum, çünkü kariyerim açısından oldukça önemli. Mısır'da olmam genel olarak pek bir şeyi değiştirmiyor, zira Arap kökenli olmamdan ötürü Mısır kültürünü fazlasıyla yakından biliyorum. Tabii ki gastronomi açısından Türk ve Mısır mutfağında hem ortak yanlarımız hem de çeşitli farklılıklar olduğunu söyleyebilirim. Mesela şerbetli tatlılarımız ve mezelerimiz çoğunlukla aynı veya birbirine epey yakın, ancak ana yemeklerimiz ve çorbalarımız açısından konuşursak kullanılan baharatlar ve pişirme teknikleri çok farklı. Ben ve ekibim, Türk mutfak kültürünü yerel şeflere öğretirken aynı zamanda Mısır mutfak kültürünü de iyice öğrenmeye çalışıyoruz. Bana kalırsa, bulunduğunuz ülkenin kültürüne saygı duyarak her daim daha fazla bilgi sahibi olmaya çalışmak zorundasınız.

Tourism Explorer: Türk mutfağının taşıyıcısı bir şef olarak Mısır'da mutfağımızı temsil etmek sizin için ne anlama geliyor?

Ömer Yalçın: Türk mutfağını temsil eden bir şef olarak diyebilirim ki, mutfağımızı Mısır'da sergileyerek kültürel boşlukları kapatmaya ve Türk gastronomisini uluslararası alanda daima orijinal ve doğru bir reçeteyle sunmaya çalışıyoruz. Özellikle yerli ve yabancı misafirlere, daha önce Türkiye'de bulunmuş ve Türk lezzetleri arayışında olan misafirlerimize farklı bir deneyim yaşıyoruz. Türk lezzetlerinin ve malzemelerinin hem çeşitliliğini hem de zenginliğini Mısır halkına ve turistlere göstererek mutfak mirasımızın tanınmasını ve dahası takdir edilmesini teşvik ediyoruz.

Tourism Explorer: "Four Hands Dinner" gibi uluslararası etkinlikler size ne kazandırdı? Michelin yıldızlı şeflerle aynı mutfağı paylaşmak nasıl bir deneyimdi?

Ömer Yalçın: "Four Hands Dinner"ın bende çok önemli bir yeri vardır. Elbette her şefin hayalidir Michelin yıldızlı bir şef olmak. Son altı yıldır Rusya, Türkiye ve Mısır olmak üzere Michelin chef "Four Hands Dinner" deneyimini hem yaşıyor hem de misafirlerimize yaşıyoruz. Bu anlamda kendimi çok şanslı

Tourism Explorer: How do you manage crisis moments in a professional kitchen, especially within international teams?

Ömer Yalçın: Crisis management is crucial. You must fully grasp the entire operation and maintain oversight of your team. The most important step in a crisis is staying calm-panic can lead to loss of control. Analyze thoroughly and think carefully before deciding. This applies in kitchens across the globe.

hissettiğimi söylemek isterim, çünkü bu sayede çok farklı şeflerle aynı mutfağı paylaşma fırsatı buluyorum. Ben ve ekibim, öteki şeflerin tecrübelerinden epey yararlanıyoruz.

Tourism Explorer: Türkiye'de çalıştığınız dönemle kıyasladığınızda, Mısır'daki profesyonel mutfak ortamında ne gibi farklar gözlemliyorsunuz?

Ömer Yalçın: Türkiye'yi çalıştığım herhangi bir ülkeyle kıyaslayamam sanırım. Şimdiye dek on farklı ülkede bulundum ve çalıştım. Türkiye'deki mutfak tecrübesi, çalışmış olduğum şefler, kullandığınız ekipman ve ürünler gerçekten de dünyanın hiçbir yerinde yok. Bu nedenle de Türkiye ve öbür ülkeler arasında çok fark var.





Tourism Explorer: We know you emphasize locally sourced ingredients. Which Egyptian local flavors have impressed you?

Ömer Yalçın: Egyptian specialties that stand out include koshari (rice, pasta, lentils, fried onions), ful medames (beans marinated with herbs), baladi bread, and Umm Ali (baked dessert). These reflect the rich diversity of Egyptian cuisine. I'm also fascinated by the 200+ varieties of mango, as well as guava—a pearlike fruit with a distinct taste used for tea; we even grow the trees at our hotel and use them fresh.

Tourism Explorer: Sustainability and zero-waste are becoming essential in luxury hotels. What's your approach?

Ömer Yalçın: It's very positive that these principles are gaining traction. Such hotels fulfill their environmental and social responsibilities while helping create a livable future. Our approach focuses on renewable energy, water conservation, waste management, using local produce, and promoting eco-conscious practices.

Tourism Explorer: What, to you, is the fun side of gastronomy?

Ömer Yalçın: To me, gastronomy's fun side includes enjoying delicious dishes, trying new recipes, exploring other cultures, tasting local foods, cooking with loved ones—an act of therapy—as well as attending culinary events to discover new flavors. I participate in all such events. Being creative in the kitchen, treating cooking as an art, and sharing these experiences with guests brings me joy.

Tourism Explorer: Profesyonel mutfakta kriz anlarını nasıl yönetirsiniz? Uluslararası ekiplerde bu süreçler nasıl işler?

Ömer Yalçın: Profesyonel mutfakta kriz anlarını yönetmek tabii ki çok önemli. Öncelikle bulunduğunuz ortamda tüm operasyona hakim olmak zorundasınız, ayrıca ekibinizi her zaman kontrol altında tutarak eksiksiz bilgiye sahip olmanız da gerekir. Kriz anlarında evvela sakin kalmak en önemlisi, çünkü panik yaparak kontrolü kaybetmeniz mümkün. Bu nedenle karar vermeden önce iyice analiz edip defalarca düşünmek gerekir. Elbette bu konu tüm dünya genelindeki mutfaklarda da geçerlidir.

Tourism Explorer: Menü oluştururken yerel ürünleri kullanmaya özellikle önem verdiğinizi biliyoruz. Mısır'ın hangi yerel lezzetleri sizi etkiledi?

Ömer Yalçın: Mısır'ın yerel lezzetlerinden öne çıkan bazı örnekler arasında koshari (pirinç, makarna, mercimek ve kızarmış soğan karışımı), ful medames (çeşitli otlarla marine edilmiş çirpılmış fasulye), baladi ekmek (taş fırında pişirilen geleneksel ekmek) Umm ali (fırında pişirilmiş tatlı) gibi tatlar önemli bir yere sahiptir. Bu lezzetler, Mısır'ın zengin ve çok çeşitli mutfak kültürünün bir yansımasıdır. Beni özellikle etkileyen ise 200'ü aşkın çeşidi ile Mango oldu. Farklı boyutlarda, farklı koku ve tatlarda tabii ki pek çok ürün var daha sayabileceğim. Mesela Guava meyvesi; görüntüsü armuda benzeyen ama tadı armuttan çok farklı olan bu meyve çay olarak da kullanılıyor, hatta otelimizde ağaçları bile var; oradan taze bir şekilde elde ediyoruz.

Tourism Explorer: Sürdürülebilirlik ve sıfır atık prensibi artık lüks otellerde de önem kazanıyor. Siz bu konuda nasıl bir yaklaşım benimsiyorsunuz?

Ömer Yalçın: Sürdürülebilirlik ve sıfır atık prensiplerinin lüks otellerde de önem kazanması son derece olumlu bir gelişme. Bu tür oteller çevreye ve topluma olan sorumluluklarını yerine getirmenin yanı sıra gelecek kuşaklar için daha yaşanabilir bir dünya yaratılmasına katkı sağlar. Bu konuda benimsememiz gereken yaklaşım; yenilenebilir enerji kullanımı, su tasarrufu, atık yönetimi, yerel ürünlerin tercihi ve çevreye duyarlı uygulamaların teşvik edilmesi.

Tourism Explorer: Gastronominin eğlenceli yüzü sizce nelerden oluşur?

Tourism Explorer: You advise young chefs not to turn their backs on Turkish cuisine. What are its greatest strengths?

Ömer Yalçın: If you aim to be a professional chef, you must learn your own cuisine and culture first. Turkish cuisine's strength lies in its rich variety, its encouragement of healthy and balanced eating, and its respect for regional and traditional dishes. It has grown richer over time by embracing diverse influences. As someone from Gaziantep—a culinary leader with 106 registered geographic products (and over 1,000 nationwide—I encourage young chefs to research constantly. For those working abroad, learning a foreign language is key for better expression.



Ömer Yalçın: Gastronominin eğlenceli yüzü bence lezzetli yemeklerin keyfini çıkarmak, yeni yemek tarifleri denemek, farklı mutfak kültürlerini keşfetmek, bulunduğunuz ülkenin yöresel tat ve lezzetlerini deneyimlemek, sevdiklerinizle birlikte yemek pişirmek ki bu hem sevginizi pekiştirmeye yarar hem de bir nevi terapidir. Ayrıca yemekle ilgili etkinliklere katılarak yeni lezzetler tanımak da gastronominin keyifli tarafını oluşturabilir. Bundan ötürü ben şahsen tüm etkinliklere katılmaya çalışırım. Tüm bunlarla birlikte mutfakta yaratıcı olmak, yemek yapımını bir sanat olarak görmek ve yemekle ilgili deneyimleri misafirlerle buluşturmak beni mutlu eder.

Tourism Explorer: Genç şeflere Türk mutfağına sırtlarını dönmemeleri gerektiğini söylüyorsunuz. Sizce bu mutfağın en güçlü yanları nelerdir?

Ömer Yalçın: Her zaman söylediğim gibi, profesyonel bir şef olmak istiyorsanız önceliğiniz daima kendi mutfağınız ve kendi kültürünüzü öğrenmek olmalı. Türk mutfağının en güçlü yanları; çok zengin ve çeşitli lezzetleri, sağlıklı ve dengeli beslenmeyi teşvik eden yapıları, yöresel ve geleneksel yemeklere verdiği önemdir bence. Ve genç şefler kesinlikle bunun farkında olmak zorundadır. Türk mutfağı tarih boyunca farklı kültürlerden etkilenerek zenginleşmiş ve geniş bir yelpazede yemek çeşitliliği sunmuştur. Bu nedenle Türk mutfağı uluslararası alanda da hızla popülerlik kazanmayı başarmıştır. Gaziantep'te şef olarak çalışmış biri olarak, ki burayı her zaman yakından izler ve gururlanırım, şu an Gaziantep'te 106 adet



CHEF ÖMER YALÇIN'S CULINARY JOURNEY IS MORE THAN COOKING-IT'S CULTURAL TRANSLATION AND VALUE-LED REPRESENTATION. WHILE REINTERPRETING TRADITIONAL FLAVORS WITH MODERN TOUCHES, HE SUCCEEDS IN GIVING CUISINE A UNIVERSAL LANGUAGE. HIS WORDS INSPIRE YOUNG CHEFS TO CONTINUOUSLY CREATE, EXPLORE, AND STAY TRUE TO THEIR ROOTS. HE VIEWS GASTRONOMY NOT JUST AS A PROFESSION BUT A WAY OF LIFE. HIS STORY REMINDS US: EVERY DISH CARRIES IDENTITY, MEMORY, AND VISION.

Tourism Explorer: You're active on social media. How does a chef's digital presence reflect in kitchen practice?

Ömer Yalçın: Being active online helps a chef reach broader audiences. Chefs are unique: yes, I think of myself this way. We must be present online—sharing recipes, visuals, and inspiring followers. Social media is highly impactful: young chefs find new ideas and role models, and gain expressive freedom. But it must be used wisely and professionally. Many guests come to our hotels because of social media—visiting places I've posted about. It keeps you relevant and current. I believe life gains depth by sharing.

Tourism Explorer: What upcoming projects await you? Will you return to Türkiye or take roles in other countries?

Ömer Yalçın: I'm currently the Culinary Director for one of the world's largest gastronomy projects—with two years until completion. Rixos has many ongoing projects in Egypt, which we're proud of. I have no other plans yet—I feel at home here. When current projects conclude, I may plan a return to Türkiye.

tescilli coğrafi işaretli ürün bulunduğunu söylemek isterim. Gaziantep, Türkiye'de coğrafi işaret tescilinde liderlik yapan bir şehirdir, Türkiye genelinde 1000'i aşkın tescilli ürünümüz vardır. Dünyada bunun bir örneği daha yok, bu sebeple diyebilirim ki, genç şefler her zaman araştırmacı olsunlar. Bilhassa yurtdışı hayali olanlar içinse kendilerini daha iyi ifade etmek adına yabancı dil öğrenimi çok önemli.

Tourism Explorer: Sosyal medyada da oldukça aktifsiniz. Bir şefin dijital dünyada aktif olması mutfak pratiğine nasıl yansıyor?

Ömer Yalçın: Sosyal medyada aktif olmak, bir şefin dijital dünyadaki varlığını artırmasına olanak tanır ve ayrıca geniş bir kitleye ulaşmasını sağlar. Bizler, şefler olarak, özel insanlarız. Evet, kendimi böyle tanımlıyorum ve hep böyle hissediyorum. Bizler her zaman aktif olmak zorundayız. Sosyal medya platformlarını kullanarak yemek tarifleri paylaşabiliyor ve lezzetli yemekleri görsel olarak paylaşarak takipçileri motive edebiliyoruz. Sosyal medyadaki paylaşımlar aslında çok etkili oluyor, özellikle de genç şefler hem yeni fikirler edinebiliyor hem örnek alabiliyor hem de kendilerini daha iyi de ifade edebilme olanağı buluyorlar. Fakat sosyal medyayı da doğru biçimde kullanmamız gerektiğine inanıyorum. Amacına uygun sosyal medya kullanımı mesleki açıdan oldukça yararlı. Örneğin benim birçok misafirim gittiğim otellerde konaklar, daha önce gittiğim yerleri ziyaret eder. Sosyal medya her anlamda daha popüler ve gündemde olmanızı sağlıyor ve bence hayat da paylaştıkça güzel.

ŞEF ÖMER YALÇIN'IN MUTFAK YOLCULUĞU YALNIZCA İYİ YEMEK PİŞİRMekten İBARET DEĞİL; AYNI ZAMANDA KÜLTÜREL BİR AKTARIM, DEĞERLERLE ÖRÜLMÜŞ BİR TEMSİL BİÇİMİ. GELENEKSEL LEZZETLERİ MODERN DOKUNUŞLARLA YENİDEN YORUMLARKEN, MUTFAĞIN DİLİNİ EVRENSEL KILMAYI DA BAŞARIYOR. SÖZLERİYLE GENÇ ŞEFLERE İLHAM VERİYOR; DURMAKSIZIN ÜRETMENİN, ARAŞTIRMANIN VE KÖKLERİNE SADIK KALMANIN ÖNEMİNİ VURGULUYOR. GASTRONOMİYİ BİR MESLEK DEĞİL BİR YAŞAM BİÇİMİ OLARAK GÖREN YALÇIN'IN HİKÂYESİ, MUTFAKTAN ÇIKAN HER TABAĞIN AYNI ZAMANDA BİR KİMLİK, BİR HAFIZA VE BİR VİZYON TAŞIDIĞINI HATIRLATIYOR BİZE.



An Innovative Tool for Travel Agencies
in the Era of Digital Communication

Tourist Helper



*Dijital İletişim
Çağında Seyahat
Acenteleri İçin
Yenilikçi Bir Araç*

In today's competitive and rapidly digitizing travel industry, effective communication and automation tools are key to success. The HelloOtel TurboMarketing system continues to evolve, offering partners cutting-edge solutions. One such innovation is the Telegram bot Tourist Helper-a multi-functional assistant for travel agents and tourists that streamlines customer management, enhances service quality, and unlocks new revenue streams.

CLIENT DATABASE MANAGEMENT AND SMART NOTIFICATIONS

Tourist Helper helps to organize your client base and establish efficient communication with travelers. To register a client, simply provide them with a personalized QR code or link from your HelloOtel account (under the "Tourists" section). After a quick registration, the traveler is automatically added to your database, with their contact details securely protected and never shared with third parties.

Günümüzde rekabetin yoğun olduğu ve hızla dijitalleşen turizm sektöründe etkili iletişim ve otomasyon araçları başarı için kritik bir öneme sahip. HelloOtel TurboMarketing sistemi ise iş ortaklarına ileri seviye çözümler sunarak gelişimini sürdürüyor. Bu yeniliklerden biri olan Telegram botu Tourist Helper, seyahat acenteleri ve turistler için çok işlevli bir asistan olmanın yanı sıra müşteri yönetimini kolaylaştıran, hizmet kalitesini artıran ve yeni gelir kaynaklarının kapısını aralayan bir model olarak öne çıkıyor.

MÜŞTERİ VERİTABANI YÖNETİMİ VE AKILLI BİLDİRİMLER

Tourist Helper, müşteri portföyünüzü düzenlemenize ve gezginlerle etkili bir iletişim kurmanıza yardımcı oluyor. Bir müşteriyi kaydetmek için HelloOtel hesabınızın "Turistler" sekmesinden kişiye özel bir QR kodu veya bağlantı sağlamanız yeterli. Hızlı bir kayıt işleminin ardından müşteri veritabanınıza otomatik olarak ekleniyor. İletişim bilgileri güvenli bir şekilde korunuyor ve asla üçüncü taraflarla paylaşılmıyor.

THE NOTIFICATION FEATURE ENABLES YOU TO:

Send personalized messages with text, photos, videos, and interactive buttons.

Schedule messages for optimal timing.

Adjust recipient lists before sending.

Track delivery statistics.

BİLDİRİM ÖZELLİĞİ İLE YAPABİLECEKLERİNİZ;

Metin, fotoğraf, video ve etkileşimli düğmelerle kişiselleştirilmiş mesajlar göndermek.

Mesajları en uygun zamanda iletilmek üzere planlamak.

Gönderim öncesinde alıcı listelerini düzenlemek

Teslimat istatistiklerini takip etmek.





SEAMLESS CLIENT COMMUNICATION AND ADDITIONAL EARNINGS

Tourist Helper ensures hassle-free interaction between agents and travelers: Clients can instantly contact you via the "Contact a Travel Agent" button, with notifications sent directly to your email. All conversations are accessible in your HelloOtel dashboard ("Dialogs" - "Contact With Tourist"), allowing prompt responses to inquiries.

MOREOVER, THE BOT OPENS A NEW PASSIVE INCOME STREAM

Tourists can purchase HelloCell eSIM cards directly in the bot, with 10% of each sale automatically credited to your wallet. Coming soon: hotel advertising placements, with agent commissions based on the number of registered clients.

SORUNSUZ MÜŞTERİ İLETİŞİMİ VE EK GELİR FIRSATLARI

Tourist Helper, acentelere gezginler arasında kolay ve etkili bir iletişim sağlıyor. Müşteriler, "Seyahat Acentesiyle İletişime Geç" butonuyla anında sizinle bağlantı kurabiliyor. Bu noktada bildirim doğrudan e-posta adresinize iletiliyor. Tüm konuşmalar HelloOtel panelinizin ("Diyaloglar" "Turistle İletişim") altında erişilebilir olup, hızlı geri dönüş yapmanızı sağlıyor.

BOT YENİ BİR PASİF GELİR KAYNAĞI DA SUNUYOR

Turistler, bot üzerinden HelloCell eSIM kartları satın alabiliyor. Her satıştan %10 komisyon otomatik olarak hesaba aktarılıyor. Ayrıca çok yakında otel reklam alanları da eklenecek ve kayıtlı müşteri sayısına göre acente komisyonları uygulanmaya başlanacak.



TOURIST - FOCUSED FEATURES – CONVENIENCE FOR AGENTS
Tourist Helper not only simplifies agency operations but also boosts client loyalty with built-in services:

TURIST ODAKLI ÖZELLİKLER – ACENTELERE KOLAYLIK
Tourist Helper yalnızca operasyonel süreci kolaylaştırmakla kalmıyor, aynı zamanda entegre hizmetlerle müşteri sadakatini de artırıyor.

MULTILINGUAL TRANSLATOR
Supports 19 languages, including voice input.



ÇOK DILLİ ÇEVİRMEN
Sesli giriş dahil 19 dili destekliyor.

AIRPORT LIVE BOARDS
Quick access to flight schedules across 16 countries, plus a direct link to Flightradar for real-time tracking.



CANLI UÇUŞ PANOLARI
16 ülkedeki uçuş bilgilerine hızlı erişim + gerçek zamanlı takip için Flightradar bağlantısı sağlanıyor.

EASY NAVIGATION
Instant access to maps for stress-free travel.



KOLAY NAVİGASYON
Haritalara hızlı erişim ile stressiz seyahat olanağı sunuluyor.

HOTEL CATALOG
Details on partner hotels, including photos, descriptions, and locations. The list will soon expand to include other popular accommodations.



OTEL KATALOĞU
İş ortağı oteller hakkında fotoğraflar, açıklamalar ve konum bilgileri veriliyor. Bu uygulamaya çok yakın zamanda popüler oteller de eklenecek.

INSTANT TOUR QUOTE REQUESTS
Clients can immediately connect with you via "Contact a Travel Agent" button.



ANINDA TUR TEKLİFİ
"Seyahat Acentesiyle İletişime Geç" butonuyla doğrudan bağlantı kurulabiliyor.

Tourist

Helper

**FUTURE DEVELOPMENTS:
SALES AUTOMATION AND
NEW OPPORTUNITIES**

Upcoming updates will integrate exclusive hotel deals, including properties outside the HelloOtel system. This will let travelers easily request quotes while enabling agents to process bookings effortlessly.

**TOURIST HELPER IS AN ALL-IN-ONE
SOLUTION, COMBINING:**

**CRM functionality
for client management.**

**Marketing automation
for targeted campaigns.**

**Revenue-generating platform
for extra earnings.**

**Tourist support hub
for enhanced service.**

**Best of all, the bot is completely free
for both agencies and travelers.**

Don't miss this chance to elevate your business—start using Tourist Helper today before your competitors do!



**GELECEK GELİŞTİRMELER: SATIŞ
OTOMASYONU VE YENİ FIRSATLAR**

Yaklaşan güncellemelerle, HelloOtel sistemi dışında kalan otellerin özel teklifleri de entegre edilecek. Bu sayede gezginler kolayca teklif alabilecek ve acenteler işlemleri zahmetsizce tamamlayabilecek.

**TOURIST HELPER, AŞAĞIDAKİ
ÖZELLİKLERİ TEK BİR PLATFORMDA
BİRLEŞTİRİYOR:**

**Müşteri yönetimi için CRM işlevselliği
Hedefli kampanyalar için pazarlama
otomasyonu**

Ek gelir için kazanç platformu

**Gelişmiş hizmet için turist destek
merkezi**

**Ve en güzeli: Bu bot hem acenteler
hem de turistler için tamamen
ücretsiz!**

İşinizi bir üst seviyeye taşımak için bu fırsatı kaçırmayın — rakiplerinizden önce Tourist Helper'ı kullanmaya başlayın!

RIXOS
RADAMIS
SHARM EL SHEIKH

Fairy tale
awaits you here...



The Art
of Wellness
in Thailand:

5 Healing Sanctuarie for Body and Mind



*Tayland'da Wellness Sanatı:
Beden ve Zihin İçin 5 Şifa Noktası*

WHERE ANCIENT EASTERN TECHNIQUES
MEET MODERN MEDICINE, THESE FIVE
EXCEPTIONAL DESTINATIONS OFFER NOT
JUST LUXURY, BUT REFINED PATHS TO
RECONNECT WITH YOURSELF.

**KADIM UZAKDOĞU TEKNİKLERİNİN
MODERN TIPLA BİRLEŞTİĞİ BU BEŞ ÖZEL
ADRES, YALNIZCA LÜKSÜ DEĞİL; KENDİNİZE
DÖNÜŞÜN EN İNCİLİKLI YOLLARINI DA
BERABERİNDE SUNUYOR.**



Waking up to the scent of orchids, practicing breathwork among bamboo groves, watching the sunset with a cup of ginger tea in hand... Thailand is more than just a tropical getaway — it's a land of healing where ancient traditions transform the body and soul in perfect harmony.

Blending mystical Eastern wisdom with modern therapies, these sanctuaries are designed to help you forge a deeper connection with yourself. Here are the most inspiring wellness centers in Thailand, curated for Tourism Explorer readers.



Orkidelerin kokusunda uyanmak, bambu ormanlarının arasında nefes çalışmaları yapmak, zencefil çayı eşliğinde gün batımını izlemek... Tayland, sadece tropikal bir kaçış noktası değil; aynı zamanda kadim şifa gelenekleriyle bedeni ve ruhu uyum içinde dönüştüren bir iyileşme coğrafyası.

Uzakdoğu'nun mistik bilgeliğiyle modern terapileri buluşturan bu özel mekânlar, kendinizle derin bir bağ kurmanız için tasarlandı. İşte, Tourism Explorer okurları için hazırladığımız Tayland'ın en ilham verici wellness merkezleri!

Chiva-Som, Hua Hin

One of Thailand's most respected wellness retreats, Chiva-Som has gained international acclaim with its philosophy of "transforming lives." Nestled among lush gardens, Zen courtyards, and a tranquil beachfront, the resort offers personalized programs in Ayurveda, Thai massage, reflexology, and nutritional counseling.

Time slows here, and the body realigns itself. Detox programs go beyond physical cleansing to restore mental balance.

Recommended: Cell Vitality Program - designed to combat chronic fatigue, this rejuvenating package combines antioxidant treatments and breathwork.



Tayland'ın en saygın wellness merkezlerinden biri olan Chiva-Som, "yaşarken dönüşüm" felsefesiyle dünya çapında bir üne sahip. Geniş yeşil alanlar, Zen bahçeleri ve sakin bir kıyı şeridi içinde konumlanan otel, Ayurveda, Thai masajı, refleksoloji ve beslenme danışmanlığı gibi birçok alanda kişiye özel programlar sunuyor.

Burada zamanın yavaşladığını hissediyorsunuz, beden sanki yeniden hizalanıyor. Detoks programları yalnızca fiziksel arınmayı değil, zihinsel dengeyi de hedefliyor. Gül yapraklarıyla hazırlanan banyolar ve mindfulness temelli seanslar, misafirleri günlük yaşamın gürültüsünden uzaklaştırıp içsel bir sessizliğe taşıyor.

Tavsiyemiz: Cell Vitality Programı - kronik yorgunluğu hedef alan bu uygulama, antioksidan bakımlardan nefes egzersizlerine kadar birçok yenileyici tekniği bir araya getiriyor.

Kamalaya Wellness Sanctuary, Koh Samui

Built around the ruins of an ancient temple, Kamalaya is a sanctuary that harmonizes spiritual healing and physical detox. With the ocean ahead and the forest behind, the setting evokes a profound sense of stillness and infinity. A few days here feel like shedding the layers of modern life.

The center offers themed programs on stress management, immunity boosting, digital detox, and emotional balance.

Recommended: Emotional Balance & Inner Harmony Program - a holistic journey that helps clear emotional fatigue and reestablish inner peace.



Bir tapınak kalıntısının çevresine inşa edilmiş olan Kamalaya, spiritüel şifa ile fiziksel detoksu birleştiren eşsiz bir sığınak. Yüzünüzü okyanusa döndüğünüzde arkanızda ormanın serinliği, önünüzde ise müthiş bir sonsuzluk duygusu... Burada geçirdiğiniz birkaç gün, modern yaşamın katmanlarını usulca soyup atmak gibi bir şey.

Otelin sunduğu programlar arasında stres yönetimi, bağışıklık güçlendirme, dijital detoks ve duygusal dengeleme gibi temalar yer alıyor. Terapistler, antik Çin tıbbından nefes terapisine kadar uzanan geniş bir bilgiyle çalışıyor. Gözleriniz kapalıyken bile doğanın dokunuşunu tüm varlığınıza hissediyorsunuz.

Tavsiyemiz: Emotional Balance & Inner Harmony Programı — duygusal yorgunluğunuzu bedeninizden arındıran bu bütüncül terapi, içsel dengeyi yeniden kurmanızı sağlıyor.

RAKxa Wellness, Bangkok

Located along the Chao Phraya River just outside Bangkok, RAKxa is one of Thailand's most advanced medical wellness centers. Here, state-of-the-art functional medicine is seamlessly integrated with traditional Thai therapies. Spa pavilions rise above the water, offering both architectural beauty and ritualistic calm. Personalized wellness journeys - supported by genetic testing - bridge science and nature. RAKxa's highlights include immune-boosting protocols, healthy aging programs, and nervous system therapies, all conducted under expert guidance.

Recommended: RAKxa Jai - meaning "healing of the heart," this therapy focuses on emotional release and heart-mind alignment.



Bangkok'un hemen dışında, Chao Phraya Nehri kıyısında kurulu RAKxa, Tayland'ın en ileri wellness tıp merkezlerinden biri. Modern fonksiyonel tıp uygulamalarını kadim Tay terapileriyle buluşturan bu özel alan, sessizliği ve doğallığıyla dikkat çekiyor. Spa bölümleri su üzerinde yükselen pavyonlardan oluşuyor; her adım hem mimari hem de ritüel bir deneyim sanki.

Burada genetik testlerle desteklenen kişiselleştirilmiş wellness yolculukları, bilimle doğayı bir araya getiriyor. Uzmanlar tarafından yürütülen bağışıklık güçlendirme protokolleri, sağlıklı yaşama programları ve sinir sistemi destekli uygulamalar RAKxa'nın öne çıkanları arasında.

Tavsiyemiz: RAKxa Jai — "kalbin şifası" anlamına gelen bu özel terapi, hem duygusal blokları açmayı hem de kalp-zihin bütünlüğünü yeniden kurmayı hedefliyor.

The Barai Spa, Hua Hin

With its beachfront location and mystical architecture, The Barai evokes a symbolic passage between body and mind. The dark-toned stone walls, serene meditation zones, and massive treatment rooms create a temple-like atmosphere designed for inner transformation. The spa menu features aromatherapy oils, hot stone therapies, and traditional Thai healing rituals. Morning yoga sessions with breathwork are especially magical at sunrise, offering a deeply meditative start to the day.

Recommended: Royal Thai Touch Ceremony - based on century-old techniques, this extensive treatment relaxes muscles and balances energy channels.



Denize sıfır konumu ve mistik mimarisiyle The Barai, beden ve zihin arasında sembolik bir geçit hissi uyandırıyor. Koyu tonlardaki taş duvarlar, meditasyon alanları ve devasa terapi odalarıyla adeta bir ritüel mekânı gibi tasarlanmış. Her detay, içsel dönüşümü teşvik edecek şekilde özenle düşünülmüş.

Spa menüsünde aromaterapik yağlar, sıcak taş terapileri ve geleneksel Thai şifacılığı bir araya geliyor. Ayrıca The Barai'de nefes terapisi eşliğinde yapılan yoga seansları, özellikle gün doğumunda büyüleyici bir deneyime dönüşüyor.

Tavsiyemiz: Royal Thai Touch Ceremony — yüz yıllık tekniklerle uygulanan bu kapsamlı bakım, kasları gevşetirken enerji kanallarınızı da dengeyor.

Banyan Tree Spa Sanctuary, Phuket

Set in one of Phuket's most peaceful corners, Banyan Tree Spa Sanctuary is a tranquil retreat surrounded by lush tropical gardens. Guests stay in private Thai-style villas, where every day unfolds like a graceful ceremony. Here, spa therapy is not just a treatment - it's a philosophy. Sessions enriched with traditional Thai massage, Ayurveda, Indian head massage, and Asian tea rituals awaken all five senses. Personalized healing schedules, from morning meditations to evening rituals, are prepared for every guest.

Recommended: Rainforest Indulgence Journey Program - a sensory immersion blending water, steam, heat, and aromas into one harmonious experience.



Phuket'in en sakin bölgelerinden birinde, tropikal bahçelerle çevrili bir huzur alanı: Banyan Tree Spa Sanctuary. Tay mimarisıyla inşa edilen özel villalarda kalırken, her gününüz adeta dincin bir törene dönüşüyor. Burada spa deneyimi sadece bir bakım değil, ayrıca bir yaşam felsefesi. Geleneksel Thai masajı, Ayurveda, Hint baş masajı ve Asya çay seremonileriyle zenginleştirilmiş seanslar, beş duyuyu birden uyandırıyor. Öte yandan her misafir için sabah meditasyonlarından gece ritüellerine kadar günlük bir şifa takvimi hazırlanıyor.

Tavsiyemiz: Rainforest Indulgence Journey Programı — su, buhar, sıcaklık ve aromaların uyumlu geçişiyle yapılan bu deneyim, tüm duyularınıza aynı anda dokunuyor.



The global rise of wellness is more than just a travel trend - it's a graceful shift in how we experience life. Thailand is not only a tropical destination; it's a land of healing that listens to the soul, soothes the body, and turns silence into serenity.

Every day here feels like a gentle invitation to begin again. You wake to a soft breeze, unwind in a warm massage by midday, and fall asleep wrapped in the scent of incense. And finally, you realize: Embracing yourself is the first step to embracing life. Thailand doesn't just give you a beautiful holiday - it offers a quiet yet powerful reminder:

"You are worth it."

Dünyanın her yerinde yükselen wellness trendi yalnızca bir seyahat biçimi değil, yaşama başka bir yerden bakmanın zarif bir yolu da aynı zamanda. Tayland ise egzotik bir seyahat rotası olmanın çok ötesinde, ruhu dinleyen, bedeni onaran ve sessizliği huzura çeviren bir iyileşme coğrafyası.

Burada her gün, doğanın kalbinde minik bir "yeniden başlama" daveti gibi. Sabahları hafif bir esintiyle uyanıyor, öğlenleri sıcak bir masajla gevşiyor, akşamları ise tutsü kokuları arasında iç huzura sarılıyorsunuz. Ve nihayetinde fark ediyorsunuz ki; Kendini kucaklamak, yaşamı da kucaklamak demekmiş. Tayland size sadece güzel bir tatil değil, küçük ama kalpten bir hatırlatma sunuyor

"Sen buna değersin!"



Atlas Hotel Baku

Subtle Comfort in the Heart of Elegance

*Zarafetin Kalbinde
Sessiz ve Şehirli
Bir Konfor*

Sometimes, a city is not just about its crowds; sometimes, a hotel becomes the beating heart of that city's elegance. Nestled on Ahmad Rajabli Street - where the energy of Baku's streets meets architectural simplicity - Atlas Hotel Baku invites you not just to a stay, but to a thoughtfully curated lifestyle. Quiet, refined, and sincere....

Bazen bir şehir sadece kalabalıklarından ibaret değildir; bazen bir otel, o şehrin zarafetle atan kalbi olur. Bakü'nün merkezinde, sokakların enerjisiyle mimarinin sadeliğinin iç içe geçtiği Ahmad Rajabli Caddesi'nde konumlanan Atlas Hotel Baku, sizi yalnızca bir konaklama deneyimine değil, inceliklerle düşünülmüş bir yaşam alanına davet ediyor. Gürültüsüz, ölçülü ve içten...



With 78 elegant rooms designed to meet the expectations of today's travelers, the hotel serves as both an ideal hub for business trips and a serene starting point for urban explorers. Its interiors blend clean, modern lines with a warm color palette, all wrapped in a quiet urban charm. At every turn, Atlas Hotel redefines the essence of "city chic."

WHERE COMFORT TAKES SHAPE

Whether you stay for a night or a week, Atlas Hotel's rooms are designed to make guests feel right at home. From standard single rooms to spacious family suites and newly renovated 36-square-meter deluxe rooms, every guest can find a rhythm that suits them. High-quality materials, soundproof windows, centralized heating and cooling systems, Rituals-branded bath amenities, smart TVs, and fast Wi-Fi all come together to create a truly comfortable experience.

Large writing desks, sunlit sitting areas, and thoughtful in-room touches like complimentary tea, coffee, and water form the foundation of each room's identity. These spaces, designed for both rest and productivity, offer a refreshing pause from the pace of the day.

Günümüz gezginlerinin beklentilerine yanıt veren 78 odalı bu zarif otel, hem iş seyahatleri için ideal bir merkez hem de şehri keşfetmek isteyen gezginler için huzurlu bir başlangıç noktası niteliğinde. Modern çizgilerle dekore edilmiş iç mekânlar, sıcak renk paletleriyle tamamlanmış mobilyalar ve sessizliğin içindeki o zarif şehir atmosferi... Atlas Hotel, her detayıyla 'kentli şıklık' tanımını yeniden yazıyor..

KONFORUN BEDEN BULMUŞ HÂLİ

Atlas Hotel'in sunduğu odalar, kalış süresi ne olursa olsun konuklarına ev hissi yaşatmak için tasarlanmış. Standart single odalardan, geniş aile süitlerine ve 36 metrekarelik yenilenmiş deluxe odalara kadar uzanan seçeneklerde; her misafir kendi ritmine uygun bir yaşam alanı bulabiliyor. Oda içinde sizi karşılayan kaliteli malzemeler, soundproof camlar, merkezi ısıtma-soğutma sistemi, Rituals imzalı banyo ürünleri, akıllı televizyonlar ve hızlı internet bağlantısıyla donatılmış bir konfor anlayışı sunuluyor. Geniş yazı masaları, doğal ışıkla aydınlanan oturma alanları, ikram edilen çay, kahve ve su gibi ince detaylar ise her odanın temel kimliğini oluşturuyor. Hem dinlenmek hem üretmek için tasarlanmış bu alanlar, günün temposuna ara vermek isteyen herkese ferah bir durak sunuyor.



REJUVENATION FOR BODY AND MIND IN THE HEART OF BAKU

Whether you're in Baku for business or leisure, mornings at Atlas Hotel begin not just with city views, but with a sense of well-being. The hotel's SPA & Wellness center offers a large swimming pool, in-room jacuzzi options, relaxing saunas, therapeutic massages, and detoxifying treatments. A haven where silence meets warmth, this space offers a refined retreat from the fast rhythm of city life.

A NEW ADDRESS FOR CELEBRATION AND FLAVOR

Atlas Hotel also welcomes private events alongside individual stays. The hotel features two stylish restaurants, "Atlas" and "Arizona," both equipped with elegant designs, powerful sound systems, and a menu crafted by a distinguished Indian chef. From gala dinners to corporate events, every gathering is curated with meticulous attention to taste, ambiance, and detail.

BAKÜ'NÜN KALBINDE BEDEN VE ZİHİN YENİLENİYOR

Seyahatiniz ister iş ister tatil amaçlı olsun, Atlas Hotel'de güne yalnızca bir şehir manzarasıyla değil, bir iyilik haliyle başlarsınız. Otelin bünyesinde yer alan SPA & Wellness merkezi, misafirlerini büyük bir havuz, odalarda sunulan jakuzi seçeneği, dinlendirici saunalar, masajlar ve arındırıcı bakımlarla karşılıyor. Sessizliğin ve sıcaklığın birleştiği bu özel alan, şehir hayatının ritmine zarif bir ara vermek için en doğru yer.

ZİYAFETİN VE KUTLAMANIN YENİ ADRESİ

Atlas Hotel sadece bireysel misafirlerine değil, özel organizasyonlara da kapılarını açıyor. Biri "Atlas", diğeri "Arizona" isimli iki büyük restoran; zarif tasarımları, güçlü ses sistemi ve Hintli şefin hazırladığı özel menüleriyle, gala yemeklerinden iş toplantılarına kadar her tür etkinlikte fark yaratıyor. Lezzetin, atmosferin ve detayın buluştuğu bu salonlarda, unutulmaz anlar için her şey en baştan planlanıyor.





QUIET LUXURY AMIDST THE URBAN BEAT

If you're looking to blend into Baku's vibrant rhythm while gracefully stepping outside of its noise, Atlas Hotel strikes the perfect balance. Neither overly lavish nor too minimal—it is just right. And with its central location, it places you just minutes from major business centers, shopping districts, and cultural venues.

For more information and reservations: www.atlashotelbaku.com



ŞEHRİN GÜRÜLTÜSÜNDE SESSİZ BİR LÜKS

Bakü'nün hızla akan ritmine uyum sağlarken, aynı zamanda ondan incelikte sıyrılan bir konfor arıyorsunuz, Atlas Hotel tam da bu çizgide yer alıyor. Ne çok gösterişli, ne fazla sade; tam kararında, tam yerinde. Üstelik şehir merkezindeki konumuyla, tüm önemli iş merkezlerine, alışveriş noktalarına ve kültürel alanlara sadece dakikalar uzaklıkta.

Daha fazla bilgi ve rezervasyon için:
www.atlashotelbaku.com



Your Trusted Partner in Egypt
Mısır'daki Güvenilir Ortağınız



RIXOS Premium Magawish Suit & Villas

Our mission is to connect travel agencies with premier hotel discounts in Egypt, ensuring exceptional value

Misyonumuz, seyahat acetelerini Mısır'daki en özel otel fiyatları ile yüksek değerli işbirliği sunmaktır



WE ARE COVERING Hizmetlerimiz



VIP & Private & Group transfers
VIP & Özel & Grup transferleri



Best market prices:
Preferred partners rates
Kaliteli servis, rekabetçi fiyat, misafir memnuniyeti ile tercih edilen iş ortaklığı



Hotel accommodation
with the best deals
En iyi fırsatlarla otel konaklaması



24/7 Support
Multi-language speaking team
7/24 Hizmet
Uluslararası çok dil seçeneekli hizmet

PARTNER WITH US FOR SUCCESS

Başarı için bizimle iş birliği yapın





Two Paradises Where Romance Meets History

*Romantizmin ve
Tarihin Buluştuğu
İki Cennet*

Honeymoon in Egypt

Mısır'da Balayı

HONEYMOON DESTINATION

A Dreamlike Honeymoon: Sharm El-Sheikh and Hurghada

As you embark on the first and most special journey of your love, imagine a honeymoon where you'll create unforgettable memories. In the enchanting atmosphere of the Red Sea, Sharm El-Sheikh and Hurghada-where luxury and romance intertwine-await to turn your dreams into reality.

Rüya Gibi Bir Balayı: Şarm El-Şeyh ve Hurghada

Aşkınınız ilk ve en özel yolculuğuna çıkarken, unutulmaz anılar biriktireceğiniz bir balayı hayal edin. Kızıldeniz'in büyüleyici atmosferinde lüks ve romantizmin iç içe geçtiği Şarm El-Şeyh ve Hurghada, hayallerinizdeki balayını gerçeğe dönüştürmek için sizi bekliyor.

Sharm El-Sheikh

THE JEWEL OF THE RED SEA AND CAPITAL OF LUXURY

Located on the Sinai Peninsula where the deep blue waters of the Red Sea meet the golden sands of the desert, Sharm El-Sheikh offers a unique combination of luxury and natural beauty. With its turquoise sea, stunning sunsets, world-famous dive spots, and upscale resorts, it has become one of the most sought-after honeymoon destinations.

This tropical paradise elevates romance with five-star hotels, gourmet restaurants, tailor-made honeymoon packages, and couple-oriented activities. Whether you wish to unwind at a spa, explore the magical underwater world, or embark on desert adventures, Sharm El-Sheikh offers it all.

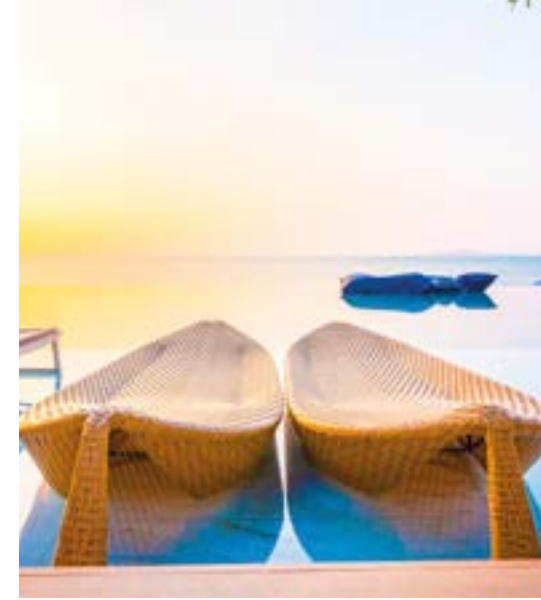
This exceptional destination at the heart of the Red Sea promises to meet all your honeymoon expectations.

ŞARM EL-ŞEYH: KIZILDENİZ'İN İNCİSİ VE LÜKSÜN BAŞKENTİ

Mısır'ın Sina Yarımadası'nda, Kızıldeniz'in masmavi suları ile çölün altın sarısı kumlarının buluştuğu bir noktada yer alan Şarm El-Şeyh, lüks ve doğa harikalarını bir arada sunan benzersiz bir destinasyon. Turkuaz rengi denizi, muhteşem gün batımları, dünya çapında ünlü dalış noktaları ve seçkin tatil köyleriyle balayı çiftlerinin vazgeçilmez adreslerinden biri.

Bu tropikal cennet, beş yıldızlı otelleri, gurme restoranları, özel balayı paketleri ve çiftlere özel aktiviteleriyle romantizmin doruklara çıkmasını sağlıyor. İster dinlenmek ve spa keyfi yapmak, isterse sualtının büyülü dünyasını keşfetmek ya da çöl maceralarına atılmak isteyin, Şarm El-Şeyh size her şeyi açıkça sunuyor.

Kızıldeniz'in kalbinde yer alan bu eşsiz destinasyon, romantik bir balayı için tüm beklentilerinize tatlılıkla yanıt veriyor.



LUXURY & COMFORT

Indulge yourself by staying in world-renowned hotel chains, romantic bungalows, or private villas with pools.

LÜKS VE KONFOR

Dünyaca ünlü otel zincirlerinin lüks tesislerinde, özel havuzlu villalarda veya romantik bungalovlarda konaklayarak kendinizi şımartın.



UNDERWATER PARADISE

Discover the mesmerizing underwater world of the Red Sea with snorkeling or scuba diving. Swim among vibrant coral reefs and exotic marine life.

SUALTI CENNETİ

Şnorkelle dalış veya tüplü dalış yaparak Kızıldeniz'in büyüleyici sualtı dünyasını keşfedin. Rengarenk mercanlar ve egzotik balıklar arasında unutulmaz anılar yaşayın.



ROMANTIC SUNSETS

Refresh your love with a romantic dinner accompanied by a magical Red Sea sunset.

ROMANTİK GÜN BATIMI

Kızıldeniz'in büyüleyici gün batımı manzarası eşliğinde romantik bir akşam yemeği yiyerek aşkınızı tazeleyin.



DESERT SAFARI

Join desert safaris to get to know Bedouin culture up close and enjoy a romantic night under the stars.

ÇÖL SAFARISI

Çölde düzenlenen safari turlarına katılarak Bedevi kültürünü yakından tanıyın ve yıldızlar altında romantik bir gece geçirin.

Hurghada

ROMANCE AND SUNSHINE ON THE SHORES OF THE RED SEA

Imagine a honeymoon filled with endless blue horizons, breathtaking sunsets, and an atmosphere made just for the two of you... One of Egypt's most popular vacation spots, Hurghada offers a one-of-a-kind romantic escape on the Red Sea coast.

THE ROMANTIC FACE OF THE RED SEA

With its turquoise waters and soft sandy beaches, Hurghada attracts thousands of couples every year. But it's not just sun, sea, and sand- its vibrant marina, elegant restaurants, lively nightlife, and activities designed especially for couples make it truly stand out.

Whether you stay in a private pool suite at a luxury resort or find serenity in a boutique hotel, Hurghada offers something for every taste and budget.

KIZILDENİZ KIIYISINDA AŞKIN VE GÜNEŞİN İZİNDE

Balayınızda sonsuz maviliklere uzanan bir sahil, göz alıcı gün batımları ve yalnızca size ait anlarla dolu bir atmosfer hayal edin... Mısır'ın en popüler tatil destinasyonlarından biri olan Hurghada, Kızıldeniz'in kıyısında, romantik kaçamaklar için eşsiz bir adres sunuyor.

KIZILDENİZ'İN ROMANTİK YÜZÜ

Hurghada, turkuaz rengi denizi ve yumuşacık kumlara sahip plajlarıyla her yıl binlerce çifti kendine çekiyor. Üstelik sadece güneş, kum ve deniz değil; hareketli marinası, şık restoranları, renkli gece hayatı ve çiftlere özel aktivite seçenekleriyle de öne çıkıyor.

İster lüks bir resortta özel havuzlu süitte konaklayın, isterse daha butik bir otelde huzuru yaşayın, Hurghada her zevke ve bütçeye hitap eden seçenekler sunuyor.



SUNRISE & SUNSET EXCURSIONS

Take a camel ride across desert landscapes at sunrise, or enjoy a romantic boat trip on the Red Sea at sunset.

GÜN DOĞUMU & GÜN BATIMI GEZİLERİ

Gün doğumunda çöl manzarasına karşı deveyle gezintiye çıkın, gün batımında ise Kızıldeniz üzerinde romantik bir tekne turuna katılın.

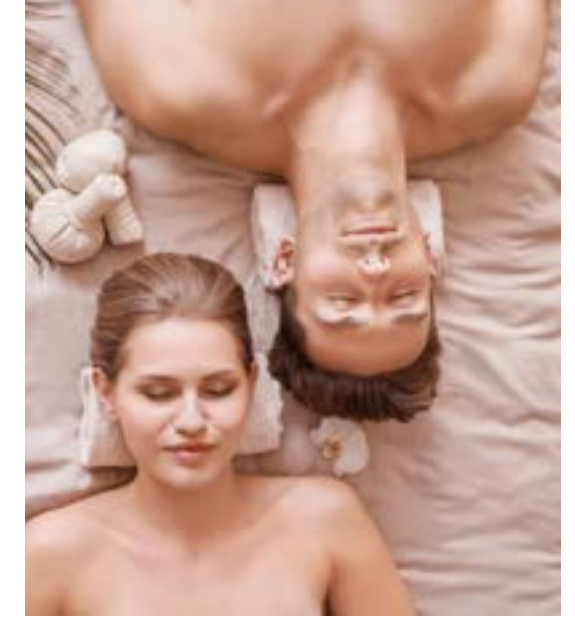


SNORKELING & DIVING TOURS

Hurghada is home to some of the world's most vibrant coral reefs and marine life. Snorkel hand-in-hand or join guided dives to discover this magical underwater world together.

ŞNORKEL VE DALIŞ TURLARI

Hurghada, dünyanın en renkli mercan resiflerine ve zengin sualtı yaşamına ev sahipliği yapıyor. El ele şnorkelle yüzebilir ya da rehberli dalışlarla bu büyülü dünyayı birlikte keşfedebilirsiniz.



SPA & WELLNESS

Pamper yourselves with couples' spa treatments at the hotel. Aromatherapy massages, sea-view jacuzzis, and tranquil relaxation areas await.

SPA VE WELLNESS KEYFİ

Otellerin sunduğu çiftlere özel spa terapileriyle balayınızı şımartın. Aromaterapi masajları, deniz manzaralı jakuziler ve sessiz dinlenme alanları sizi bekliyor.



A ROMANTIC NIGHT IN THE DESERT

Enjoy a traditional Bedouin dinner in a desert tent, chat around a campfire, and experience a night under the stars. Hurghada-based safari tours offer this unforgettable experience.

ÇÖLDE ROMANTİK BİR GECE

Geleneksel Bedevi çadırlarında akşam yemeği, kamp ateşi etrafında sohbet ve çöl yıldızları altında unutulmaz bir gece... Hurghada çıkışlı safari turlarıyla bu deneyimi yaşayabilirsiniz.

The Era of Conscious Tourism: Why independent travel has become the new standard?

*Bilinçli Turizm Çağı:
Bağımsız Seyahat Neden
Yeni Standart Haline Geldi?*

Olga Yurdam
Founder of the
Conscious Travel Club



**THE FOUNDER OF THE
CONSCIOUS TRAVEL CLUB
"TRAVEL TOGETHER
TÜRKİYE", SHARES HER
UNIQUE EXPERIENCE IN
BUILDING A THRIVING
BUSINESS DURING
MARKET TURBULENCE**

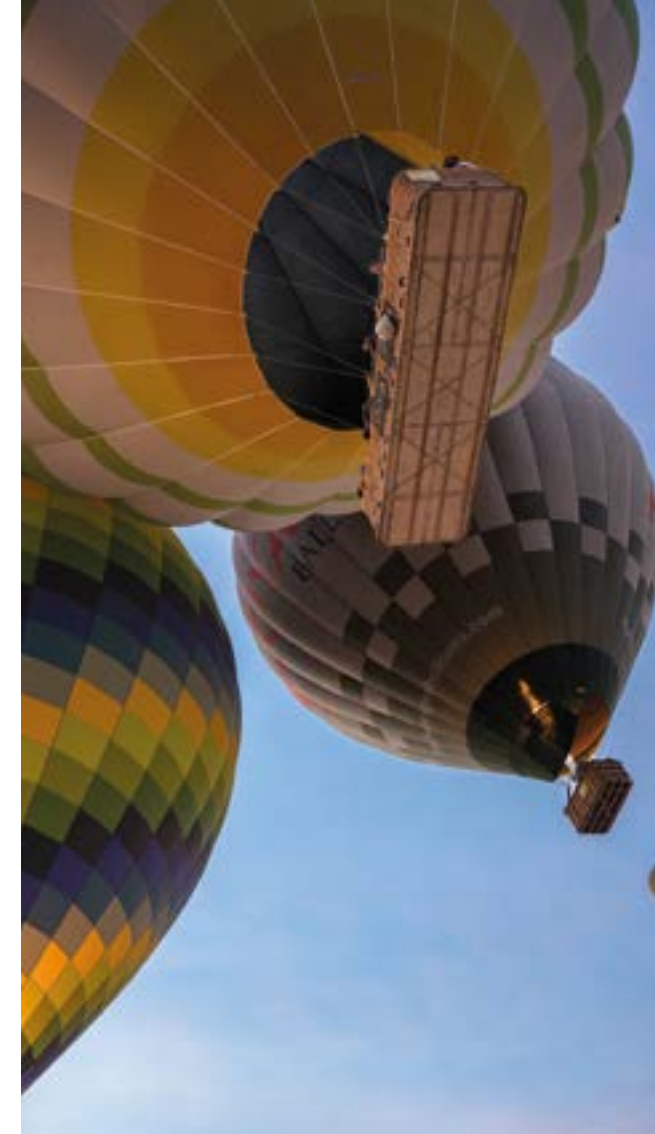
**BİLİNÇLİ SEYAHAT KULÜBÜ
"TRAVEL TOGETHER TÜRKİYE" NİN
KURUCUSU OLGA YURDAM,
PIYASA DALGALANMALARINA
KARŞIN BAŞARILI BİR İŞ KURMA
KONUSUNDAKİ BENZERSİZ
DENEYİMİNİ BİZLERLE PAYLAŞTI.**

Launched in 2020-the most challenging period for the industry-the project not only survived but demonstrated steady growth over five years. The secret of success lies in a deep understanding of shifting consumer demand, analyzing statistics, and the ability to quickly adapt products to new realities.

More and more modern travelers are willing to pay for personalized tours, rejecting mass package deals in favor of unique experiences. The share of independent travel and small-group tours has increased 3-4 times over the past 1.5 years.

The trend toward hyper-personalization has swept all segments: affluent tourists avoid forced shopping stops, preferring leisurely trips focused on cultural immersion. Even in established destinations like Türkiye, demand has shifted from all-inclusive hotels to niche offerings-such as private hot air balloon rides in Cappadocia or dinners with local produce in neighborhood restaurants.

The main selection criteria and key satisfaction factors for discerning travelers are the details: Aesthetic moments for social media-from champagne breakfasts at sunrise to styled photoshoots with local artisans;

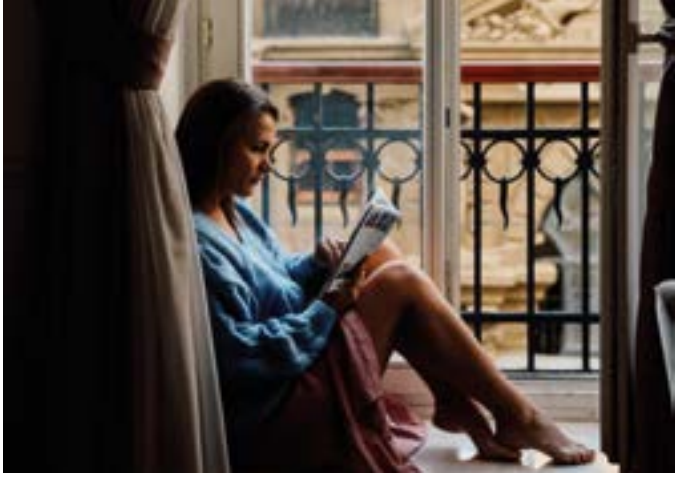


Sektör için en zorlu dönem olarak nitelendirilen 2020'de başlatılan bu proje ayakta kalmanın ötesinde beş yıl boyunca istikrarlı bir büyüme de gösterdi. Başarının sırrı ise değişen tüketici taleplerini derinlemesine anlamakta, istatistikleri analiz etmekte ve ürünleri yeni gerçekliklere hızla uyarlayabilme yetisinde yatıyor.

Modern gezginler artık kitlesel paket turları reddederek daha özel, benzersiz deneyimleri tercih ediyor ve dolayısıyla da kişiselleştirilmiş turlar için ödeme yapmaya istekli hale geliyor. Son bir buçuk yılda, bağımsız seyahatlerin ve küçük gruplarla düzenlenen turların payı 3 ila 4 kat artmış durumda.

Hiper-kışıselleştirme trendi tüm seyahat segmentlerini etkisi altına aldı; maddi durumu iyi olan turistler, zorunlu alışveriş duraklarından kaçınarak kültürel derinleşmeye odaklanan sakin ve anlamlı yolculukları tercih ediyor artık. Türkiye gibi köklü destinasyonlarda bile talep, her şey dahil otellerden ziyade Kapadokya'da özel sıcak hava balonu turları ya da mahalle restoranlarında yerel ürünlerle hazırlanan akşam yemekleri gibi niş deneyimlere kaymış halde.

Seçici gezginler için seyahat tercihlerini ve elbette memnuniyet düzeyini belirleyen temel unsurlar aslında detaylarda gizli; sosyal medya için estetik anlar oluşturmak gibi mesela. Gün doğumunda şampanyalı kahvaltılardan yerel zanaatkarlarla yapılan konsept fotoğraf çekimlerine kadar bu gibi estetik paylaşım sunan deneyimler epey revaçta. İçerik üretim hizmetleri de öyle. Milenyum kuşağının yarısından fazlası profesyonel video ve seyahat tanıtım filmi sunan turları tercih ediyor



Content creation services-more than half of millennials choose tours with professional videos and travel films;

Group compatibility-small groups of 10-12 people, pre-matched by interests; Celebrity-led tours-collaborations with bloggers, actors, and musicians significantly boost booking conversions.

One of the key factors influencing a client's choice is trust. It's essential to rely on verified partners: from eco-certified guides to glamorous camping organizers with impeccable reputations. The vast majority of clients are willing to pay extra for safety as a priority. After transformative trips, 80% of tourists reject template tours. This is no longer just a vacation but an "investment" in emotions.



Conclusion: In the era of the experience economy, the winners are operators and agencies offering unique stories, not standard itineraries.

The "Travel Together Türkiye" case clearly demonstrates that even during a crisis, it's possible not only to sustain a business but to create a successful niche model-if you accurately sense the needs of your target audience.

örneğin. Grup uyumu da başka bir odak noktası. İlgi alanlarına göre önceden eşleştirilmiş, 10 ila 12 kişilik küçük gruplarla seyahat etmek gibi. Bir de Celebrity kişiler eşliğinde düzenlenen turlar var; bloggerlar, oyuncular ve müzisyenlerle yapılan işbirlikleri rezervasyon oranlarında ciddi artış sağlıyor diyebiliriz. ;

Bir müşterinin seçiminde etkili olan en önemli unsurlardan biri kesinlikle güven duygusudur. Bu nedenle, ekolojik sertifikalı rehberlerden sağlam bir itibara sahip lüks kamp organizatörlerine kadar doğrulanmış iş ortaklarına güvenmek hayati önem taşıyor. Müşterilerin büyük çoğunluğu, güvenliğin öncelikli olduğu hizmetler için fazladan ödeme yapmaya gönüllü oluyor.

Dönüştürücü nitelikteki seyahatlerin ardından turistlerin %80'i artık kalıplaşmış turları reddediyor. Bu durum bir tatilin çok ötesinde duygulara yapılan bir "yatırım" halini alıyor.

Sonuç: Deneyim ekonomisinin hüküm sürdüğü bu çağda kazananlar, turistlere standart rotalar sunanlar değil, özgün hikâyeler yaratan tur operatörleri ve acenteler olacaktır.

"Travel Together Türkiye" örneği açıkça gösteriyor ki, bir kriz döneminde bile bir işi ayakta tutmanın yanı sıra başarılı bir iş modeli oluşturmak da pekala mümkün. Yeter ki, hedef kitlenizin ihtiyaçlarını en doğru şekilde hissedip anlayabilin!



Bahadır Çakar

Next-Generation Customer Expectations and Experience - Centered Marketing in Tourism

In today's tourism landscape, we're no longer addressing an audience simply "buying holidays," but rather engaging with a new travel culture that demands experiences. Especially driven by younger generations, this shift means that travelers now base their decisions not only on price or star ratings, but also on a brand's story, its promise of experience, and its digital presence.

The Experience-Seeking New Tourist Profile

Gen Z and younger Millennials approach hotel choices with an experiential mindset rather than an instinctive one. It's not about the square footage of a room, but the memories to be created within it. That's why their preferences are shaped by content creators' reviews, the hotel's social media vibe, video content, and authentic guest experiences.

This audience often prefers a minimalist boutique hotel with strong ambiance over a massive resort. Because their expectations are clear: "How will I feel there? What will I share? And what kind of experience will I return with?"

Why Are Content and Experience Marketing Critical for Hotels?

Today, hotel brands must go beyond selling stays—they must market stories. This demands an original, content-driven, and realistic communication strategy, far be-

Turizmde Yeni Nesil Müşteri Beklentileri ve Deneyim Odaklı Pazarlama

Turizmde artık "tatil satın alan" bir kitle değil, "deneyim talep eden" bir seyahat kültürüyle karşı karşıyayız. Özellikle genç kuşakların yön verdiği bu yeni dönemde, müşteriler karar verirken yalnızca fiyat ve yıldız sayısını değil, markanın hikayesini, deneyim vadini ve dijital varlığını da dikkate alıyor.

Deneyim Arayan Yeni Nesil Turist Profili

Z kuşağı ve genç Y kuşağı, otel seçimini yaparken sezgisel değil, deneyimsel düşünüyor. Bir odanın metrekaresi değil, o odada yaşanacak anılar önemli hale geliyor. Bu yüzden de tercihlerini; içerik üreticilerinin yorumları, otelin sosyal medya enerjisi, video içerikleri ve konuk deneyimlerine göre şekillendiriyorlar.

Kimi zaman bu kitle, sade ama atmosferi güçlü bir butik oteli, dev bir tesise tercih edebiliyor. Çünkü beklenti net: "Orada neler hissedeceğim, ne paylaşacağım ve hangi deneyimle döneceğim?"

İçerik ve Deneyim Pazarlaması Oteller İçin Neden Kritik?

Otel markaları artık yalnızca satış değil, "hikâye" pazarlamak zorunda. Bu da geleneksel reklam modellerinin ötesinde, içerik odaklı, özgün ve gerçekçi bir iletişim dili gerektiriyor. YouTube videoları, reels içerikler, Instagram canlı yayınları, otel içinde çekilen 'an' temelli içerikler; potansiyel müşteriler için hayal kurduruyor ve güven sağlıyor.

Seyahat içerikleri yalnızca bilgi vermiyor; bir

yond traditional advertising models. YouTube videos, Instagram Reels, live broadcasts, and spontaneous in-hotel moments captured on camera inspire dreams and build trust among potential guests.

Travel content does more than inform-it conveys atmosphere, mood, and emotion. For hotels, content marketing is no longer just promotional; it's a persuasive tool and a loyalty strategy. Collaborating with the right content creators is one of the most effective ways to convey a hotel's spirit to the right audience.

Those Who Deliver Genuine Experiences Will Win

Guests today don't just come to stay—they come to engage. Cooking workshops - the chef, local product tastings, wine pairings at sunset, and live music evenings are the kinds of moments that make a brand memorable. When reflected online, these experiences become the digital showcase of the hotel.

The new generation of travelers isn't interested in telling people "where they stayed—they want to tell what they experienced. Hotels that recognize this shift and support it with strong content strategies increase not only occupancy, but also guest loyalty and brand equity.

And this is exactly where content creation comes into play for me.

It's not just about promoting a facility—it's about capturing the atmosphere, the experience, and the soul of the hotel and bringing it to life for the viewer. That's what truly matters.

ortamı, atmosferi ve hissi aktarıyor. Bu nedenle oteller için içerik pazarlaması artık sadece bir tanıtım değil, bir "ikna aracı" ve sadakat stratejisi haline geldi. Özellikle doğru içerik üreticileriyle yapılan iş birlikleri, hedef kitleye otelin ruhunu en etkili şekilde ulaştırmanın yollarından biri.

Deneyimi Gerçekten Sunabilen Kazanıyor

Artık misafirler, sadece 'konaklamaya' değil, 'katılmaya' geliyor. Şefle birlikte yemek atölyesi, lokal ürün tadımı, gün batımında şarap eşleşmesi, müzikli akşam buluşmaları gibi detaylar; markanın hafızada kalmasını sağlıyor. Ve tüm bu deneyimlerin dijital platformlara yansıyan yüzü, otelin dijital vitrinine dönüşüyor.

Yeni nesil turist, artık "nerede kaldığını" değil, "ne yaşadığını" anlatmak istiyor. Bu dönüşümü görebilen ve doğru içerik stratejileriyle destekleyen oteller, sadece doluluk değil, sadakat ve marka değerini de artırıyor.

Benim için içerik üreticiliği tam da bu noktada devreye giriyor. Sadece bir tesisi tanıtmak değil; orada yaşanan deneyimi, atmosferi ve otelin ruhunu izleyiciyle buluşturmak... Asıl mesele tam da bu.

SIMPLE, SMART, SECURE



HelloCell

WE WORK WITH TRUSTED AND SECURE OPERATORS

FLEXIBLE DATA PLANS FOR EVERY BUDGET

CONVENIENT ONLINE PAYMENT

EASY SETUP – JUST SCAN A QR CODE

WORKS IN 165 COUNTRIES

www.hellocellnet.com



Travel Agents & Hotel
Communications



B2B & B2C
Advertising



Media
Platform



Business
Meetings & Events

HelloOtel

Turbomarketing

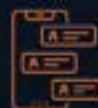
MARKETING SYSTEMS



Bonus Programs



Analytics



Telegram Bots



B2B Booking System



A GLOBAL NETWORK OF MORE THAN
25,000 REGISTERED TRAVEL AGENCIES IN 25 COUNTRIES.

www.hellootel.com