

Этап 1: Оцените потенциал

Раздаточный материал: Как создать базу данных для историко-культурного туризма

Прежде чем вы оцените все свои историко-культурные активы, подумайте о том, как получить необходимую информацию о каждом месте, событии, достопримечательности, человеке или организации. Задайте самому себе приведенные ниже вопросы, чтобы быть уверенным в том, что собранная информация будет полной и пригодной для дальнейшего использования:

- Нужно ли сохранить эти контакты на будущее? Если да, то запишите имя, должность, адрес места или организации, а также номер телефона, факса, email адрес.
- Для обновления вашей базы данных, поставьте дату возле каждого пункта. Тогда вы легко заметите, когда пора будет обновлять информацию.
- Хорошо продумайте, какие категории будет содержать ваша база, по которым можно будет выполнять сортировку: имя, тип продукта, местоположение, тема, время мероприятия, нужный клиент и т.д.
- Хотите ли вы обозначить место, где находится объект культурного наследия, достопримечательность или будет проходить мероприятие? Если да, не забудьте выяснить, как добираться до этого места от ближайшего узла связи (аэропорт, автомагистраль, центр приема туристов и т.д.). Приложить карту также будет полезно, но для этого потребуются дополнительное оборудование и определенные знания.
- Вы хотите разработать маршруты туров? Получите следующую информацию:
 - тарифы и доступность парковки автомобилей, мотоциклов, велосипедов и других транспортных средств
 - время работы
 - плата за вход, если нужно
 - специальные тарифы тура: групповой тариф, оптовый тариф для принимающих туроператоров; водитель/экскурсовод для групп по доступной цене



- список доступных услуг для посетителей: туалеты, магазины сувениров, рестораны, и другое
- кто ваши целевые клиенты
- когда посетители **НЕЖЕЛАТЕЛЬНЫ**
- какова пропускная способность в день/в год (максимальное число посетителей, которых можно обслужить без ущерба для ресурсов и без возбуждения отрицательных эмоций у туристов)

- Вы создаете новый продукт историко-культурного туризма, посвященный какой-то специальной теме? Если да, то составьте список сопутствующих тем – исторических, культурных, этнических, природных – для того, чтобы сделать перекрестные ссылки на других людей или организации.
- Какие сегодня приняты коммерческие способы привлечения посетителей? Краткий обзор маркетинговых стратегий, бюджета и мероприятий поможет выявить потенциальные возможности установления партнерства и способы увеличить бюджет.
- Создайте описание в пределах 50 слов места или мероприятия, опишите его отношение к историко-культурному туризму для использования маркетинговых материалов.
- Хотите ли вы включить только уже имеющиеся туристские достопримечательности, или потенциальные тоже? Если вы включите и то и другое, убедитесь в том, что вы сможете отделить их друг от друга, когда это понадобится.
- Будет ли ваш список включать услуги для посетителей? (Жилье, рестораны, магазины, банкоматы, общественные туалеты – все, что понадобится туристам во время пребывания в чужом месте).
- И не забудьте под конец все проверить. Сколько времени вам потребовалось на инвентаризацию своих активов? Есть ли у вас финансовые ресурсы, которые помогут вам сделать инвентаризацию? Найдите подходящий формат списка, который будет отвечать как вашим потребностям, так и финансовым возможностям.

Сбор дополнительной информации поможет проследить общее число посетителей в вашем регионе и обменяться данными.

