

Этап 4: Маркетинг - путь к успеху

Раздаточный материал: Оценка маркетинга для историко-культурного туризма



- Позиция:** Какая у вас миссия/слоган?
Какова ваша аудитория?
Каков ваш имидж (для данной аудитории)?
Что уникального вы предлагаете для продажи?
- Продукт:** Что является продуктом историко-культурного наследия?
Достаточно ли высокое качество у продуктов культурного наследия?
Какие еще достопримечательности или мероприятия привлекают туристов в данное место?
Как долго туристы находятся в данном туристском месте?
Сколько мероприятий посещает в среднем турист?
Что может отрицательно повлиять на посещение туристов?
Какие достопримечательности/мероприятия могут привлечь туристов?
Увеличивает ли посещаемость сотрудничество с соседними сообществами?
- Стоимость:** Сопоставимы ли предложения со стоимостью?
Какие стимулы имеются для привлечения туристов?
Сопоставима ли стоимость со стоимостью в других местах?
Сколько тратит турист в данном месте?
Влияет ли сезон года на стоимость, посещаемость?
- Реклама:** Уделяется ли маркетинговой кампании достаточно внимания?
Легко ли графически воспроизводится логотип?
Соизмеряется ли каждая маркетинговая стратегия с общей целью?
Какая маркетинговая стратегия обеспечивает в большей степени окупаемость инвестиций?
Какая самая слабая маркетинговая стратегия? Почему?
Изменяется ли реклама в зависимости от потребностей аудитории и целей бизнеса?

