

Этап 4: Маркетинг - путь к успеху

Раздаточный материал: Внутренняя оценка - выбор показателей успеха историко-культурного туризма



Эта анкета может служить простым средством внутренней оценки, позволяющим узнать, как ваши сотрудники понимают термин “успех”. Каждая организация, сообщество, регион или штат, разрабатывающий собственную туристическую программу, использует собственные параметры для оценки успеха. Какие из перечисленных ниже пунктов вы считаете важными показателями своего успеха? Предложите ответить на эти вопросы людям, которые особенно важны для вас.

Экономический эффект

___ Мы создали новые рабочие места, которые дают людям возможность работать круглый год.

___ Мы предоставляем возможность сезонной работы или работы с частичной занятостью для студентов, пенсионеров и других жителей.

___ Доходы бюджета от налогов выросли за счет наполнения гостиниц и мотелей, а также увеличения налога с оборота.

___ Наши организации историко-культурного туризма получают хороший доход, что позволяет им нанимать людей.

___ Наши художники, рассказчики, мастера, экскурсоводы, координаторы мероприятий и другие участники проекта получают выгоду от роста туристического бизнеса.

___ Местные рестораны, отели, магазины и т.д. получают дополнительный доход от туристов.

___ В среднем наши туристы стали приезжать на более долгое время и тратить больше денег.

___ Мы реализовали систему мониторинга, которая позволяет нам понять, какой доход туристы приносят региону.

Качество жизни

___ Наша работа способствует охране исторических мест и музейных коллекций, а также сохранению ресурсов.

___ В городах возрождается исторический центр: здания восстанавливаются, для них находится практическое применение.

___ Наши культурные традиции - музыка, ремесла, еда, традиции и т.д. - записываются и сохраняются.

___ Молодежь в нашем населенном пункте изучает историческое наследие и культурные традиции.

___ В нашем сообществе стало больше возможностей для работы добровольцев из числа местных жителей.

___ Окружающая среда – ландшафты, дороги и т.д. - развивается и поддерживается с учетом природоохранных факторов.

___ У местных жителей стало больше возможностей для культурно-познавательных развлечений.

___ Наше сообщество стало привлекательнее для жизни и для работы.

Поддержка местного населения

___ У нас замечательные партнерские отношения со всеми организациями и людьми, участвующими в программе историко-культурного туризма.

___ Мы установили и сохраняем партнерские отношения со многими местными группами, которые без нас, возможно, не участвовали бы в программе историко-культурного туризма.

___ Во многих наших проектах работают добровольцы из числа местных жителей.

___ Местные СМИ публикуют одобрительные статьи и репортажи о работе программы историко-культурного туризма.

___ Местные руководители поддерживают историко-культурный туризм в нашем регионе.

___ Мы предлагаем постоянно действующие образовательные программы, позволяющие изучить наше культурное наследие и традиции и разъясняющие важность охраны исторических памятников и пользу, которую приносит приглашение в регион туристов.

___ Благодаря программе историко-культурного туризма наш регион стал сплоченнее, и люди стали больше гордиться своим культурным наследием.

___ Наши жители получают удовольствие от ресурсов, мероприятий и программ историко-культурного туризма, разработанных для приезжих.

Маркетинг

___ Мы хорошо подготовились: решили, какие маркетинговые средства будем использовать и как с их помощью достичь нашей аудитории.

___ Мы следим за всеми расходами и за всеми откликами, которые вызывает наша маркетинговая программа.

___ Когда мы рекламируем наш регион, мы получаем много откликов и запросов на получение дополнительной информации.

___ На нашем веб-сайте стало больше посетителей, и они проводят на нем больше времени.

___ На наши информационные телефонные линии стало поступать больше звонков.

_____ Когда бы мы ни обратились в СМИ по поводу новых проектов или мероприятий в регионе, мы получаем в ответ благосклонные отклики и доброжелательные статьи.

_____ Наши рекламные кампании приносят положительные результаты.

_____ Наши исследования показывают, что туристам нравится путешествовать в этом регионе и что они рекомендуют его своим друзьям и родственникам.

Число очков (до 8 по каждому пункту)

_____ Экономический эффект

_____ Качество жизни

_____ Поддержка местного населения

_____ Маркетинг

_____ **ИТОГО**

Число очков:

0-10 Вам нужна помощь, чтобы улучшить свои показатели.

11-22 Начало хорошее, постарайтесь сохранить этот потенциал для дальнейшей работы!

23-32 Отлично! Ваша программа историко-культурного туризма по-настоящему удалась.



Эти материалы получены в результате работы, выполненной по гранту организаций American Express и Национальный вклад в искусство.



Подготовлено Национальным трестом по охране исторических памятников