

Можливості розвитку локального готельно-туристичного бізнесу

м. Кропивницький



Туристичний розвиток локації завжди починається з розвитку інфраструктури самої локації, маркетингу та комунікації



Хто знає, чому варто приїхати до Кропивницького?



Чи є ще причини туристу чи бізнесу їхати до Кропивницького?

Так, є ще...



Чому про них ніхто не знає?

Ні, більше наразі немає причин



Чому ми не вигадали ті причини?

Алгоритм вибору локації туристами

Що цікавого я можу
подивитися і як
провести час?



Де це знаходиться?



В якому готелі/місці
тимчасового
проживання
зупинитися

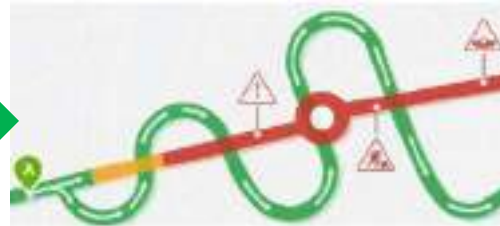


Алгоритм вибору локації діловими туристами

Подія



Логістика та бюджет



Готель



Що можна зробити для розвитку туризму?

Об'єднуйтеся із колегами,
владою і створюйте
туристичний продукт



Що можна зробити для розвитку туризму?

Пам'ятайте: сьогодні будь-який продукт чи послуга — більше маркетинг, ніж реальність



Що можна зробити для розвитку туризму?

Бізнес-туризм —
прекрасний привід
популяризувати локацію.
АгроЕКСПО тому
підтвердження



Що можна зробити для розвитку туризму?

Немає приводу? Так створіть його!

- фестивалі;
- змагання/турніри;
- конференції/тренінги;
- запрошуйте зірок будь-якого формату:
- вигадуйте власні приводи!



Що можна зробити для розвитку туризму?

Спочатку — маркетинг території і інфраструктура.
Потім — потік гостей.
Навпаки не працює.



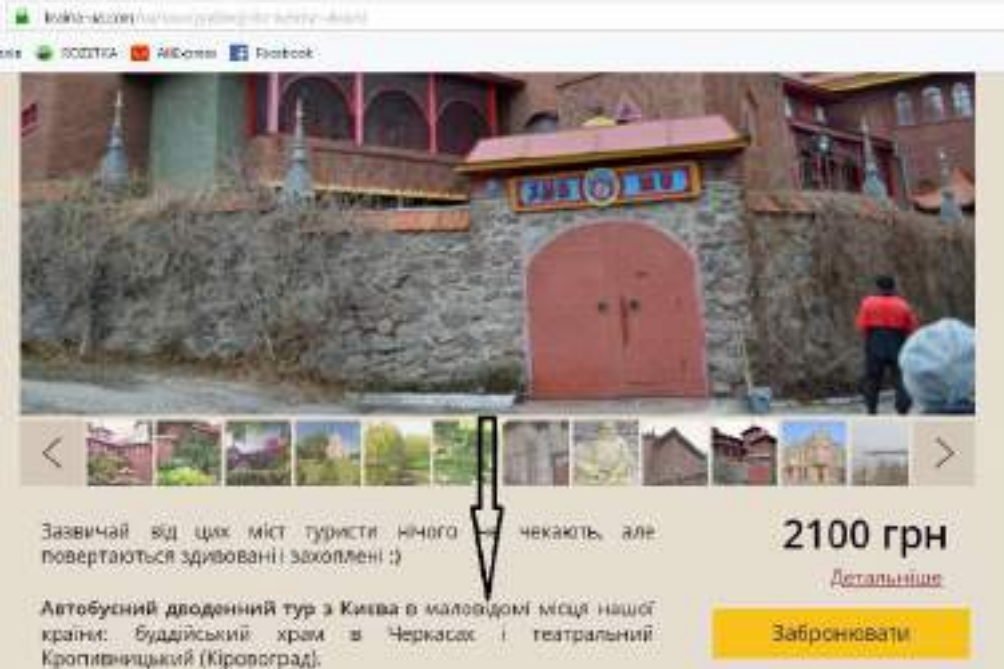
Львівська
міська
рада



Що можна зробити для розвитку туризму?

Про туристичні можливості Кропивницького критично мало інформації.

Якщо вас немає в інтернеті — ви не існуєте для сучасного гостя



Зазвичай від цих міст туристи нічого чекають, але повертаються здивовані і захоплені ;)

Автобусний дводенний тур з Києва в маловідомі місця нашої країни: Буддистський храм в Черкасах і театральний Кропивницький (Кіровоград).

2100 грн

[Детальніше](#)

Забронювати

Що можна зробити для розвитку туризму?

Створіть цінність локації для туристів та бізнес-гостей. Цінність завжди формує вартість.

Цінність — це відповідь на «Чому я маю їхати до...?»

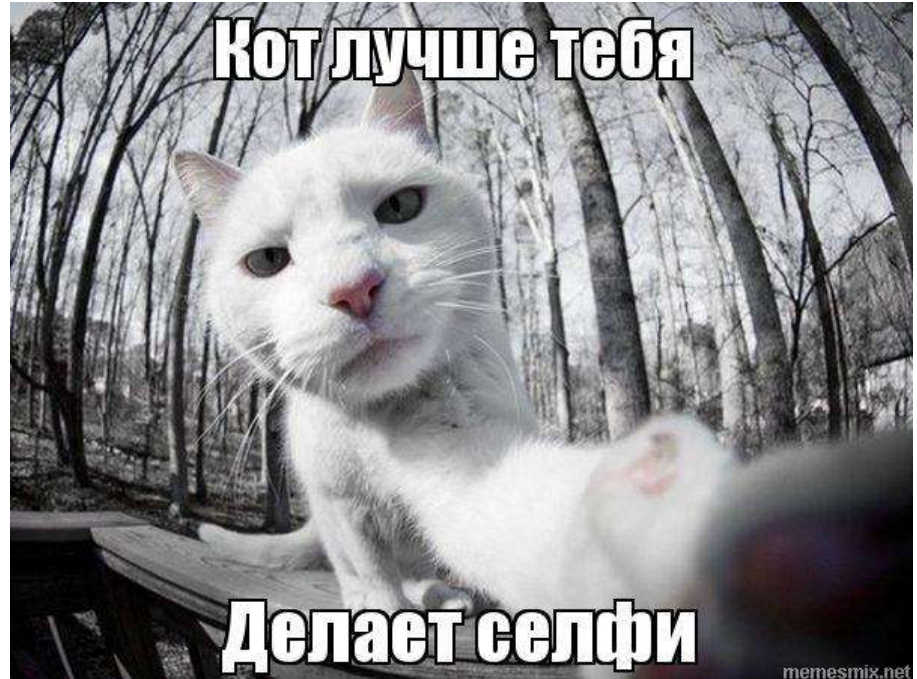
Приклад — Варшава, пострадянське місто має понад 8 млн туристів щороку



Що можна зробити для розвитку туризму?

Гості їдуть за враженнями та емоціями, похвалитися перед друзями селфі та красивими фото.

Готель важливий, але не він є причиною вибору локації



Що можна зробити для розвитку туризму?

Постійно розповідайте своїм гостям, що ще можна подивитися, куди піти, де поїсти, як розважитися.

Навіть тоді, коли гості далеко від вашої локації

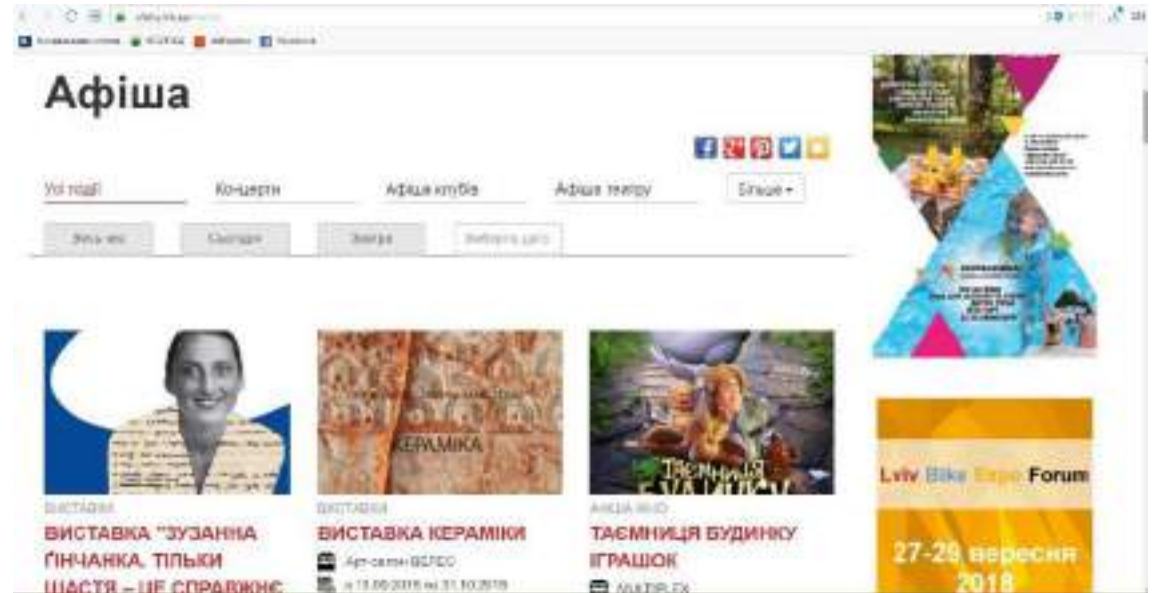


Що можна зробити для розвитку туризму?

Спонукайте владу
популяризувати локацію

Співпрацюйте з
міською/обласною владою

Будьте партнерами для
ЗМІ



Що можна зробити для розвитку туризму?

Все ще немає гостей?
А ви самі б поїхали?
Чому ваші потенційні гості
мають стати реальними?
Що ви їм готові дати із
вражень та емоцій?



Чому так багато уваги комунікації та маркетингу території

Чи є ще ділові події, про які варто було б написати, розповісти?

Выставки в Кропивницком Афиша

26 сентября

AGROEXPO 2018

Місяць виставок з ПК

AgroExpo

28.09.2018 - 29.09.2018
В Кропивницком

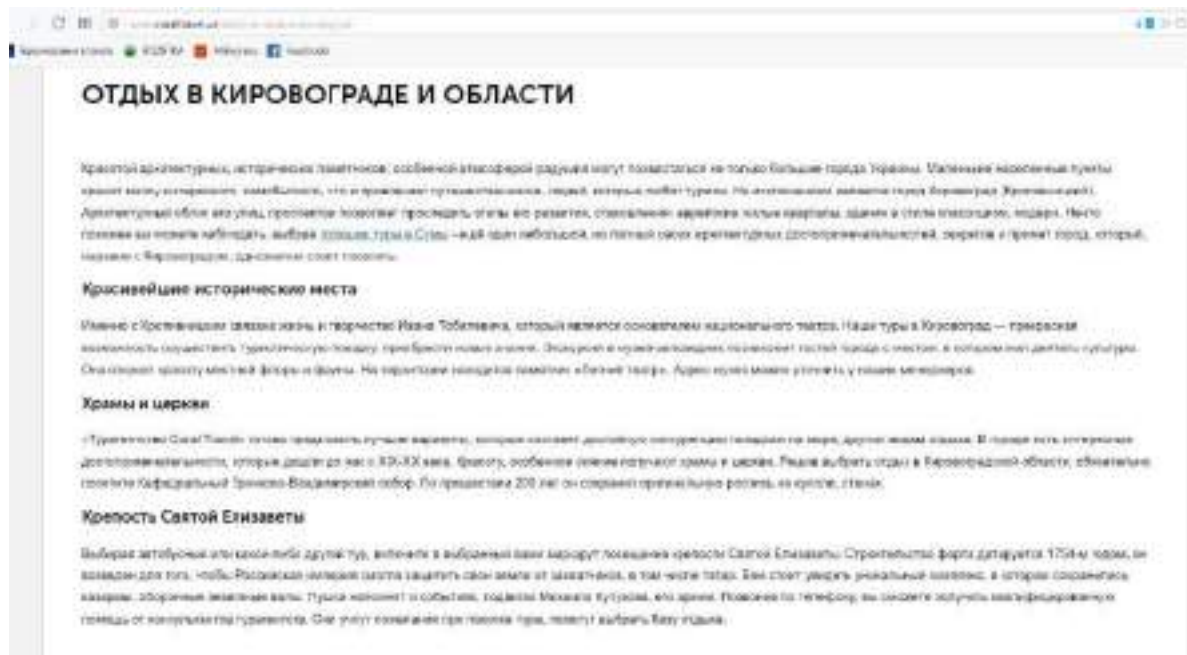
Чому так багато уваги комунікації та маркетингу території

Це точно всі події в місті до кінця року?

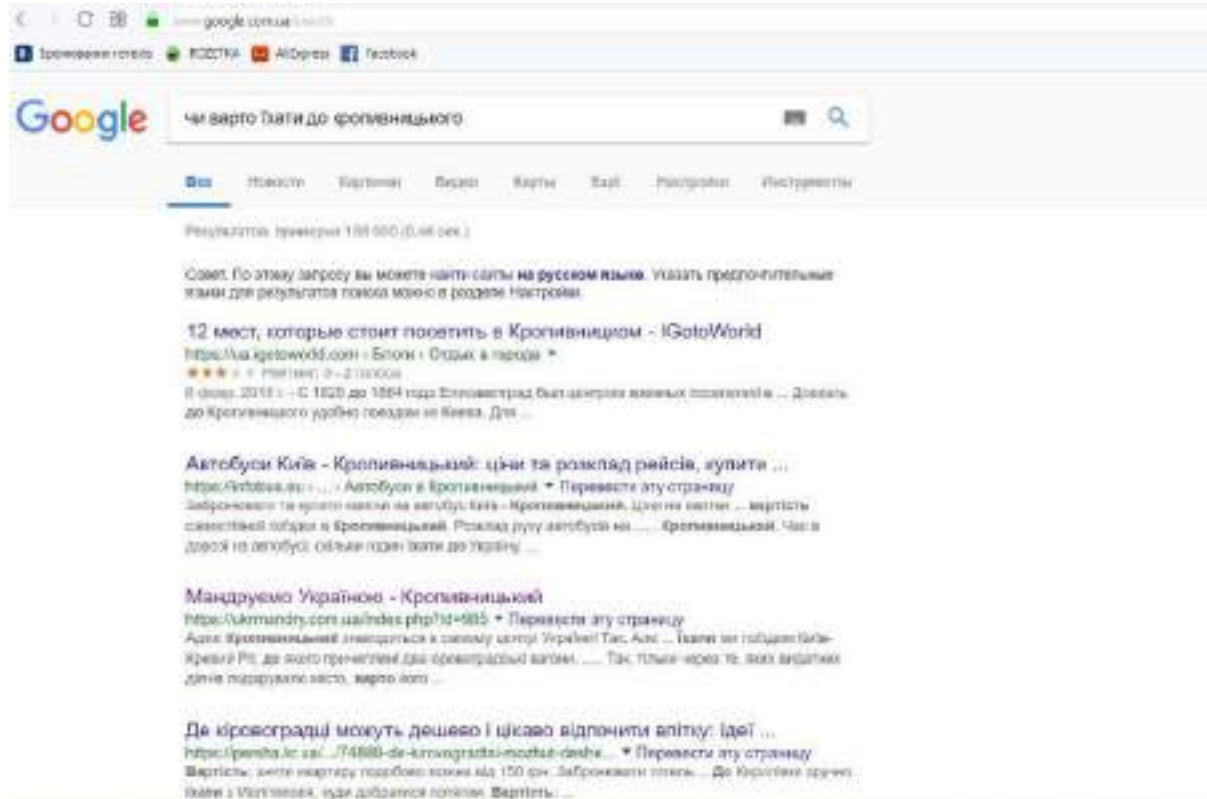
The screenshot shows a web browser window with the URL m0.slopermarket.org.ua/afisha-kropevnytskiy/. The page title is "Афиша Кропивницкий". A navigation menu includes: ВСЕ, КОНЦЕРТЫ, ТЕАТР, КИНО, ВЫСТАВКИ, ДЕТЯМ, ОБУЧЕНИЕ, ДРУГОЕ, and ФЕСТИВАЛИ. The main content is for the month of "Декабрь, 2018". A specific event is highlighted for "19 декабря, 2018": "Елки 2019 в Кропивницком и праздничная программа". The event is categorized as "Фестивали". The description asks where to go for the New Year 2019 in Kropyvnytskyi and what the program of New Year events will be. The location is "Кропивницкий" and the dates are "19 декабря - 20 января".

Чому так багато уваги комунікації та маркетингу території

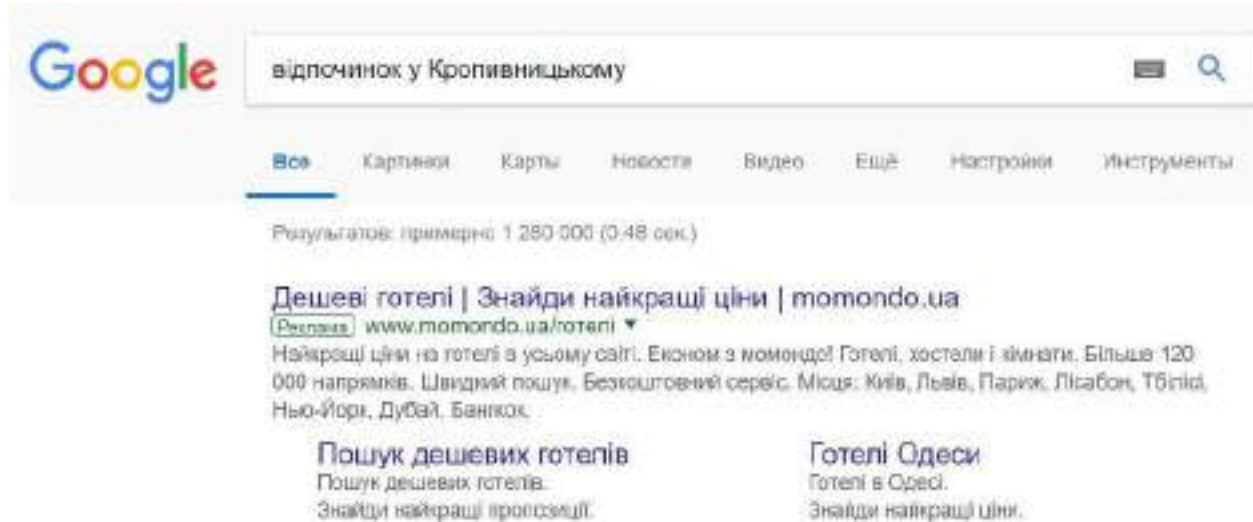
У вас точно є талановиті журналісти, аматори, які можуть написати про місто/область красиво.



Чому так багато уваги комунікації та маркетингу території



Чому так багато уваги комунікації та маркетингу території



Отдых на море в Кропивницькому (Кіровоград) - - RIA.com

<https://kirovograd.ria.com/uk/text/отдых-на-море/> ▼ Перевести эту страницу

Тихе і затишне місце для відпочинку. Море в 50 метрах від будиночка. Є 2-х, 3-х і 4-х місні кімнати з кондиціонером, телевізором і холодильником.

Досвід, який вам знадобиться вже сьогодні

Готельний бізнес все більше стає on-line

Якісний сервіс стає тотожним досвіду та емоційним враженням

Якісна робота з відгуками = ваша конкурентна перевага



5,8

Достаточно хорошо



Отопление слабое, нужно дополнительно включать кондиционер на максимум. Ассортимент в баре - только снеки.

Компетенції, які варто розвивати у співробітників

Індивідуальний підхід
та персоналізація

Чітке розуміння потреб
своєї аудиторії.

Репутація — нова
валюта. 74% гостей
читають відгуки про вас
перед бронюванням



Компетенції TOP-менеджменту

Стандарти сервісу
стають адаптивними
під потреби ЦА

Для покоління Y та Z
робоче місце — досвід
та робота як фан
замість рутини

Для покоління Y та Z
лідер замість керівника

Технології — важливий
інструмент досвіду для
гостя (Face ID, mobile
Check-in, etc)

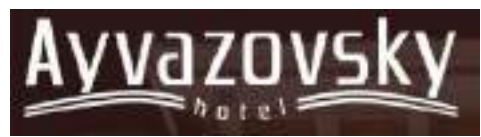
Найголовніше

Будь-яку локацію можна зробити популярною і відомою. А якщо це не так, то допоки ви не знайшли відповідь на питання «**НАВІЩО?**»





Наші клієнти



EVERYTHING WILL BE FINE ☺



Александр Чорный

Эксперт по коммуникациям

CEO, School of Hotel Basics Michelle

www.michelle.school

a.chorny@michelle.school

www.facebook.com/alex.chorniy.7

+380 97 943 38 93