



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Схема за безвъзмездна финансова помощ BG161PO001/3.3-01/2008 „Подкрепа за ефективен национален маркетинг на туристическия продукт и подобряване на информационното обслужване” по проект BG161PO001/3.3-01/2008/001-1 "Маркетингови проучвания и оценка на ефективността на националния маркетинг"

Проучвания на 10 генериращи пазара

Важни резултати и маркетингови насоки

Презентация на
Ролф Фрайтаг, Изпълнителен директор на ИПК Интернешънъл
София, 14 Юли 2011 г.

Възложител: Министерство на икономиката, енергетиката и туризма
Изпълнител: Консорциум АТЦ Консултанти, ИПК Интернешънъл и Кавангард ЕООД



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Предмет на проучването

Провеждане на обширно пазарно проучване и разработване на маркетингови стратегии за следните важни за България десет пазара:

- Румъния
- Гърция
- Германия
- Великобритания
- Русия
- Турция
- Сърбия
- Чехия
- Украйна
- Швеция



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Силни страни на България

Основните силни страни в десетте пазара са:

- + **Имиджът на България на евтина ваканционна дестинация, на ваканционна дестинация с достъпни цени**
- + **България има най-добрия ценови имидж измежду своите конкуренти**
- + **Привлекателното и конкурентно предлагане на България на почивки на море**
(с изключение на Гърция и Турция, където собственото предлагане за почивки на море се счита за много по-привлекателно)
- + **Привлекателното и конкурентно предлагане на България на почивки със зимен спорт**
отнасящо се до пазарите Гърция, Турция, Румъния, Сърбия и Великобритания
- + **Положителна оценка на качеството на предлагането**
(преди всичко в Румъния, Украйна, Сърбия, Гърция и Германия)



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Слаби страни на България

Основните слаби страни в десетте пазара са:

- България има недостатъци и проблеми по отношение на имиджа, отчасти голям недостиг на информация за това, което България предлага.
- В международен план България е по-малко конкурентна по отношение на:
 - Летни почивки в планината и почивки с походи
 - Голф туризъм
 - Селски туризъм и екотуризъм
 - СПА, балнео и уелнес почивки (освен в Гърция и Украйна)
- В международен план България е средно конкурентна по отношение на почивки, насочени към културен туризъм и разглеждане на забележителности.



Оперативна програма “Регионално развитие” 2007-2013 - www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Слаби страни на България

Допълнителни основни слаби страни в десетте пазара са:

- Слабото медийно присъствие на България като “туристическа дестинация” (отчасти също и негативно)
- Недостатъчното търговско присъствие на България сред туристическите агенции и туроператорите, както и в интернет

Няма съществени различия в мненията на туристите, туроператорите и журналистите, които пишат за туризъм, по отношение на силните и слабите страни на България.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Възможности за България

Основните възможности за България в десетте пазара са:

- ↑ **Общият висок интерес към почивки на море в тези пазари, които не разполагат със собствено наистина добро предлагане на почивки на море**
(с изключение на Гърция и Турция)
- ↑ **Високото/средното търсене на задгранични пътувания и/или високите/средни разходи при пътувания в повечето генериращи пазари**
(с изключение на Румъния, Сърбия и Украйна)
- ↑ **Близостта: добра достъпност, сходни манталитет, култура и език по отношение на източноевропейските и съседните страни**
- ↑ **И: Високият потенциал за интерес с перспективи за растеж за България във всичките десет пазара**



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Допълнителни тенденции, предлагащи възможности за българския туризъм

↑ Над средното увеличение на покупателната способност в източноевропейските и съседните страни

Водещо до:

↑ Нарастващо търсене на задгранични пътувания в източноевропейските и съседните страни



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Заплахи за България

Основните заплахи за България в десетте пазара са:

- ↓ Силната конкуренция от средиземноморските страни, които също имат по-положителен имидж и по-висок престиж, отколкото черноморските страни
- ↓ Високата чувствителност към цената и силното влияние на цената при вземане на решение за пътуване във всичките десет пазара - също и в западноевропейските пазари
- ↓ Визовият режим (за Русия, Турция, Украйна)



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Допълнителни тенденции, застрашаващи българския туризъм

- ↓ **Силно увеличение на предлагането на средства за подслон и места за настаняване в световен мащаб**
(преди всичко по отношение на морския туризъм)
- ↓ **Допълнително засилване на ценовата конкуренция**
(също в резултат на увеличение на капацитета на средствата за подслон и местата за настаняване)
- ↓ **Промяна в поведението при пътуване в източноевропейските и съседните страни от предпочитане на по-близки дестинации към предпочитане на по-далечни**
- ↓ **Продължаващата световна финансова криза**



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

В обобщение:

- България има няколко важни силни страни,
- но има също така и няколко слаби страни.

Въпреки това, повечето от тези слаби страни могат да бъдат преодолени

- чрез изпълнение на подходящи мерки за комуникация и дистрибуция.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

При претегляне на възможностите и заплахите може да се каже следното:

- От една страна - общият висок интерес към почивки на море в генериращите пазари, както и увеличаващата се покупателна способност в източноевропейските / съседните пазари, предлагат големи възможности за България;
- От друга страна - привлекателността на средиземноморските страни, с допълнително нарастващ капацитет на средствата за подслон и местата за настаняване, представлява сериозна заплахата.
- Също така заплахата представлява промяната в поведението при пътуване, която се очаква да настъпи заедно с икономическото развитие в Източна Европа (предпочитане на по-далечни дестинации пред по-близките).



Оперативна програма “Регионално развитие” 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

България може да противодейства на заплахите:

- Премахването на “недостатъците на имиджа”, считани за една от слабите страни, посредством достатъчно добре финансирана рекламна кампания, ще доведе до намаляване на “силната конкуренция” от страна на средиземноморските държави.
- Чрез силната страна на България “имидж на евтина ваканционна дестинация и най-добър ценови имидж” може да се противодейства на заплахата “висока чувствителност към цената”, която съществува във всички генериращи пазари.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Следователно,

- ако България запази и подчертае своите силни страни
(които са преди всичко конкурентно предлагане на почивки на море и цени)
- и да премахне своите слаби страни
(по-специално по отношение на имиджа и слабото медийно и търговско присъствие),

заплахите за България могат да бъдат значително намалени, а България би могла да реализира своите възможности в генериращите пазари.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Маркетингови стратегии и насоки

За да се противодейства на заплахите и оптимално да се реализират възможностите, които България има в изследваните пазари се препоръчват следните маркетингови стратегии и мерки:



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Стратегия за подобряване на имиджа

насочена към преодоляване на слабия, често неспецифичен и отчасти негативен имидж на България в десетте пазара чрез следните мерки за комуникация:

- **Отлична интернет страница *Visit Bulgaria***
(на националния език във всички пазари, включваща и опции за "социални медии")
- **Силна рекламна кампания**
в интернет, в каталозите на туроператорите (печатна и онлайн версия), реклами в списания и на публични екрани, телевизионни клипове
в сътрудничество с важни туроператори в съответните пазари
- **Постоянни дейности за връзки обществеността**
професионална подкрепа за журналисти, пишещи за туризъм, пътеводители, туристически списания, популяризиране на истории от потребители, спонсориране на телевизионни продукции и филми за пътувания, прес-офис с квалифицирани лица за контакт в националната туристическа администрация и др.
- **Организиране на "Празници на България"**
в столиците на чуждите пазари, в сътрудничество с българските посолства



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Стратегия за подобряване на качеството

насочена към засилване на международната конкурентоспособност на туристическото предлагане на България, включваща изпълнението на:

- Програмата за подобряване на качеството на "храна и кухня"
(като се има предвид регионална кухня)
- Програма за повишаване на "нивото на обслужване" в българската туристическа индустрия

Както и

- Замяната на старите, нискокачествени хотели с нови хотели
- Подобряване на действителната и "възприетата" лична безопасност на туристите
- Разширяване на предлагането на нискотарифни полети (Великобритания, Германия, Гърция, Украйна)
- Подобряване на пътищата и поставяне на двуезични (на латиница) пътни знаци
- Премахване / подобряване на визовия режим (Турция, Украйна, Русия е на път)



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Стратегия за конкурентен продукт

насочена към концентриране върху тези туристически продукти и видове почивки, за които България е наистина конкурентоспособна на международните пазари. Това са преди всичко:

- Почивки на море
- И (в определени пазари) почивки със зимен спорт.

Допълнителни продукти (за по-малки целеви групи и определени пазари):

- Почивки на море в комбинация с обиколки ориентирани към разглеждане на културни и природни забележителности
- Обиколки ориентирани към разглеждане на културни и природни забележителности
- Спа, балнео и уелнес почивки
- Градски почивки (София)
- Пътувания със забавления и казина



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Ценови стратегии

➤ Стратегия за ценово лидерство

насочена към поддържане на най-добрия ценови имидж (1-во място), който България има измежду своите конкуренти в пазарите Швеция, Великобритания, Гърция, Румъния, Сърбия и Чехия.

➤ Стратегия за подобряване на цената

насочена към намаляване на разликата в ценовия имидж в сравнение с конкурентите (преди всичко в сравнение с Турция) по отношение на пазарите Германия, Русия и Украйна.

Цената е едно от най-силните предимства на България в сравнение с нейните конкуренти. Поддържането на това конкурентно предимство изисква огромна дисциплина по отношение на цени и разходи от всички страни, участващи в българската туристическа индустрия.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Стратегия за разширяване на дистрибуцията

насочена към премахване на слабата дистрибуция и слабото търговското присъствие на България чрез

- по-силно присъствие сред туроператорите / туристическите агенции, които вече предлагат България
- но също така и придобиване на нови туроператори / туристически агенции.

Интернет

Значимостта на интернет като канал за резервации в бъдеще ще се увеличава във всички пазари. За оптимално оползотворяване от променящото се поведение при резервиране се препоръчва

- собствена интернет-базирана "Българска платформа за резервации" преди всичко за пазарите Великобритания, Швеция, Германия, Гърция, Турция и Румъния (като проект за сътрудничество между Българската национална туристическа администрация и българските хотелиери, съответно Българската хотелиерска и ресторантьорска асоциация)



Оперативна програма “Регионално развитие” 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Позициониране на България

В чуждестранните пазари България трябва да бъде позиционирана като

➤ “Дестинация с много добро съотношение между цена и качество”

Това е една международна силна страна на България, а в някои пазари е дори и уникално предложение за продажба (УПП).



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Допълнение към основното позициониране "много добро съотношение между цена и качество"

В източноевропейските страни като Русия, Украйна, Чехия може да бъде аспектът

- "запознатост" (сходни манталитет и култура, липса на езикови бариери)

В съседните страни като Румъния, Сърбия, Гърция и Турция може да бъде

- "голямо разнообразие от възможности за почивка на близко разстояние"

В западноевропейските страни може да бъде

- "изключително гостоприемство" (Германия)
- "целогодишна дестинация" (Великобритания)
- "слънчева дестинация" (Швеция)



Оперативна програма “Регионално развитие” 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Туристически бранд “България”

За международните пазари се препоръчва

- Изграждане на целогодишен туристически бранд фокусиран върху
- “Слънце и плаж”
- “Сняг и ски”
- “Дестинация с най-доброто съотношение между цена и качество”

Част от бранда трябва да бъдат много ограничен брой елементи.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Приоритизация на пазарите и бюджет

Някои пазари са по-важни и предлагат повече перспективи за България и следователно за тях трябва да има по-висок бюджет за маркетинг



Общ препоръчителен бюджет за маркетинг за всичките десет пазара: 10 милиона евро годишно



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Цели за растеж за България

При условие, че са взети подходящите маркетингови мерки и е отделен бюджет за маркетинг от 10 милиона евро годишно в продължение на няколко години

20%-25% повече посетители

могат да бъдат привлечени от десетте генериращи пазара в средносрочен и дългосрочен период (следващите от 5 до 8 години).



Оперативна програма “Регионално развитие” 2007-2013 - www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще! Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Благодаря за вниманието!

Този документ е създаден в рамките на проект “Маркетингови проучвания и оценка на ефективността на националния маркетинг”, договор № BG161PO001/3.3-01/2008/001-1, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007 – 2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от бенефициента – Министерство на икономиката, енергетиката и туризма и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган.

МИНИСТЕРСТВО НА ИКОНОМИКАТА, ЕНЕРГЕТИКАТА И ТУРИЗМА

