

Общините Борино, Брацигово, Девин и Доспат ще участват заедно в проект, който се финансира Оперативна Програма Регионално Развитие "Схема за безвъзмездна финансова помощ BG161PO001/3.2-02/2011 „Подкрепа за развитие на регионалния туристически продукт и маркетинг на дестинациите".

Предлагаме за ваше обсъждане концепцията на проекта "Родопеана", неговите цели и очаквани резултати. Моля за пълната концепция (около 30 страници) се обръщайте към Капка Бешева-Рахнева, Ръководител на проекта на електронна поща kapka_pri@abv.bg

Предложената концепция за развитие на туризма в общините Борино, Брацигово, Девин и Доспат се базира на огромните ресурси и слабо използван потенциал за развиване на нови динамични туристически продукти в специализирания, алтернативния и нишовия видове туризъм на избраната територия.

Това са СПА и Уелнес туризъм, гурме, еко-, био- и природен туризъм, приключенски и спортен, културен, креативен и събитиен туризъм и техните съчетания и комбинации както с морския туризъм, така и помежду им.

Маркетинговите усилия ще бъдат насочени към 3 от вече установените целеви пазари за развитие на туризъм в България (Гърция, Русия и Турция) и развиването на програми и действия, които да увеличат проникването в нови, високоплатежни пазари, с установени нужди от предлаганите форми на пътувания и почивка в посока Изток – Азербейджан, Израел, Йордания, ОАЕ, и Саудитска Арабия.

Избора на четирите общини да влезнат в един туристически район е обоснован не само от единството на техните географски, демографски и икономически характеристики, но и от изключителната възможност тези общини да допълват взаимно ресурсите си и така уникални, иновативни и разнообразни туристически продукти да бъдат създадени.

След задълбочено проучване както на българския, така и на международните пазари, се стигна до извода, че най-ефективните маркетингови мерки за достигане както до директните потребители на туристически услуги, така и до посредниците (туроператори, туристически агенции), и тези които влияят на общественото мнение (журналисти, писатели на пътеводители), са съвременните технологически средства – мобилната реклама чрез приложения за смартфон, социални мрежи, специализирани туристически портали за споделяне и рейтинг на ваканционни изживявания, портали за съдържание, създадено от потребителите (блогови платформи, уикита) и най-вече геосоциални приложения и геосоциални игри.

Съвременните технологии ще бъдат използвани не само при маркетингането на новосъздадените продукти, но и при мониторинга на дейностите по проекта. Виртуални платформи за сътрудничество, краудсорсинг и краудкрейтив ще се използват при оценката на ефективността на бранда, на визуалните комуникации на дейностите и при оценка на съдържанието.

Така проектът ще постави началото на единно виртуално управление на маркетинга на новосъздадения туристически район, като в същото време ще осъществява функции на над-общинска Организация за Управление на Дестинациите (ОУД), с най-широко участие на всички заинтересовани страни, включително и директните потребители на туристически услуги, което ще гарантира демократичността и устойчивостта на проекта и след края на финансиране на настоящата схема.

I. ЦЕЛИ НА ПРОЕКТА

Обща цел: Увеличаване на приходите от туризъм към избрания район чрез увеличаване на броя на нощувките, туристите и тяхното удовлетворение от новосъздадените и ефектно маркетингани туристически продукти на целевите пазари.

Специфични цели:

- Създаване и позициониране на бранда на избрания туристически район като място за спокоен отдих, обновяване на тялото и душата и среда за създаване на приятелски и значими човешки връзки.
- Създаване на широка гама разнообразни иновативни туристически продукти, по различни видове алтернативен туризъм, различаващи се от продуктите на конкурентите дестинации
- Увеличаване на информираността на потребителите и на посредниците при продажба на туристически продукти за предимствата и уникалността на дестинацията (района) чрез
 - Създаване на интерактивна модерна база от данни за информация и реклама на туристическите продукти на района и ресурсите за развитие на разнообразни видове туризъм
 - Достигане със модерна, значима и брандирана информация за туристическите продукти на района до максимален брой директни потребители от целевите пазари и туроператори, туристически агенти, онлайн туристически посредници (ОТА), като Orbitz, Expedia, и т.н, и най-вече на тези от целевите пазари.
 - С участия в международни туристически борси, изложения, и чрез посещението на туроператори, журналисти и автори на пътеводители, достигане до максимален брой директни потребители и туристически посредници
- Увеличаване на броя на нощувките, туристите и приходите от туризъм чрез ефективна маркетингова стратегия по време на проекта и след края му
- Увеличаването на удовлетвореността на туристите и превръщането на туристите в “рекламодатели” на района чрез споделяне на положителните изживявания и увеличената емоционалната свързаност с бранда на региона
- Увеличаване на престижа на алтернативните видове туризъм, като част от увеличаване на престижа на България като дестинация за разнообразен, интересен и уникален туристически продукт.

II. ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ

При осъществяване концепцията на проекта, ще бъдат постигнати следните резултати:

- Диверсификация на предлаганите туристически продукти и услуги с алтернативни и специализирани видове туризъм
- Намаляване на сезонността на туристическото предлагане
- Установяване на силна брандова позиция на района на съществуващите целеви пазари
- Увеличена информираност на крайните потребители за ресурсите, потенциала и новите туристически продукти на района.
- Увеличена информираност на посредниците при продажбата и дистрибуцията на туристически продукти и услуги: туроператори, туристически агенти, онлайн туристически агенти (ОТА)
- Превръщане на района в “модна” дестинация чрез увеличаване на информираността на тези които влияят на широките маси и създават “моди” в избора на дестинации: журналисти, писатели на пътеводители, звезди и други.
- Достигане на нови пазари в географско отношение: нови международни пазари на Изток от България
- Достигане на нови пазари в демографско отношение: по високо-платежни и отговорни към природната среда туристи
- Увеличаване ръста на туризма към региона по различни показатели (на броя на нощувките, заетостта, продължителността на престоя, увеличаване на туристи извън активния сезон) и съответно
- Увеличаване на доходите от туризъм и сателитните дейности.
- Увеличаване на престижа на България като дестинация с разнообразен иновативен туристически продукт, позната на всички целеви пазари.
- Устойчивост на туристическия продукт и след периода на финансиране по настоящата схема