

В Чебоксары?



Научный руководитель: Аржанова К.А. - к.пс.н.,
доцент Института маркетинга ФГБОУ ВО
«Государственный университет управления»

Авторы проекта:

Тимощенко Полина, Кутакова Вероника, Ан
Анастасия
ФГБОУ ВО «Государственный университет
управления»

Проблема

Медленное и малоуспешное развитие и продвижение туризма в отдаленных от культурного и политического центра России регионах



Актуальность

Важность проблемы заключается в том, что в нашей огромной стране с богатой и интересной историей, разнообразным климатом и красивейшими видами, люди предпочитают путешествия в 3-4 популярных города или отдых дома/на даче, что говорит о неэффективном брендинге территории или его отсутствии и незаинтересованности в путешествиях.



Летний отпуск этого года россияне намерены провести дома (52%), на даче (34%), в другом городе России (13%), на курортах Черноморского побережья Кавказа (13%) или в Крыму (8%) по данным ВЦИОМ.



Концепция

Наш PR-проект направлен на продвижение, улучшение имиджа в глазах туристов, увеличение посещаемости и осведомленности одного из городов России: Чебоксары.



Цели и задачи

Цель проекта

Подготовить рекламные материалы, привлекающие внимание туристов к городу, увеличивающие узнаваемость, для их возможной дальнейшей реализации.

Задачи

- Проанализировать мнение людей о путешествиях внутри страны
- Определить целевую аудиторию
- Выбрать каналы коммуникации с целевой аудиторией

Целевая аудитория

По нашей теме был создан анонимный опрос, который прошли 100 человек.

Большая часть опрошиваемых - люди 18-25 лет. Большинство на вопрос "Какие города России вы бы посетили?" ответили Казань - город, который находится в 157 км от Чебоксар.

- Люди, любящие
- путешествовать
 - изучать различные культуры и памятники
 - отдыхать на природе



Вас привлекают путешествия по России?

В результате опроса было выявлено, что 81% людей привлекают путешествия по России, только 11% ответили отрицательно, 8% ответили "не знаю".

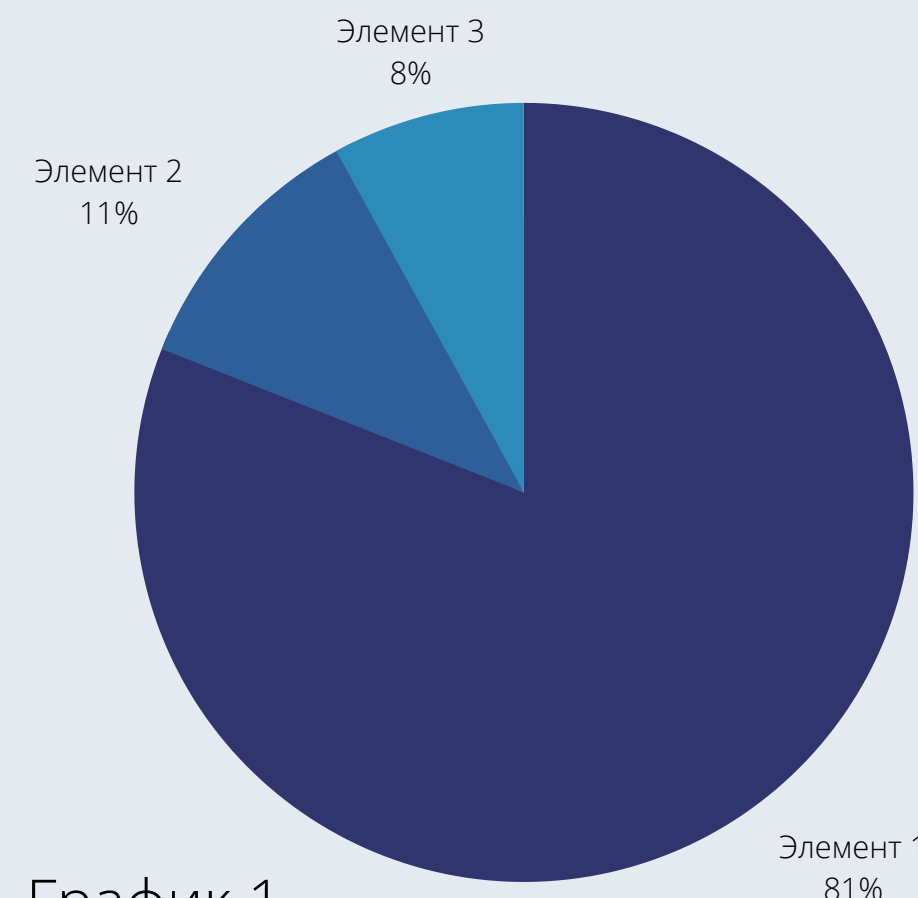


График 1.

Вас привлекают путешествия по России?

Каналы коммуникации с целевой аудиторией

Мы выявили, что лучшими каналами коммуникации являются социальные сети, это было выявлено нашим опросом. 100% опрошенных пользуются социальными сетями.

Первые места по популярности заняли платформы ВК(87%) и Telegram (84%), где нашу рекламу увидит ЦА.



Территориальная айдентика

Из-за расположения
Чебоксар на реке Волга,
главный слоган города -
"Чувашия - сердце Волги"



Логотип Чебоксар сохраняет узнаваемость города, имея сжатый минималистичный образ герба. Логотип дополняет слоган — «Мне бы в Чебы».



МНЕ БЫ
В ЧЕБЫ

Территориальная айдентика

Паттерн из образов местных героев и орнамента среды рассказывает о значимости данного места, его культуре и истории. В его основе — образы местных героев.



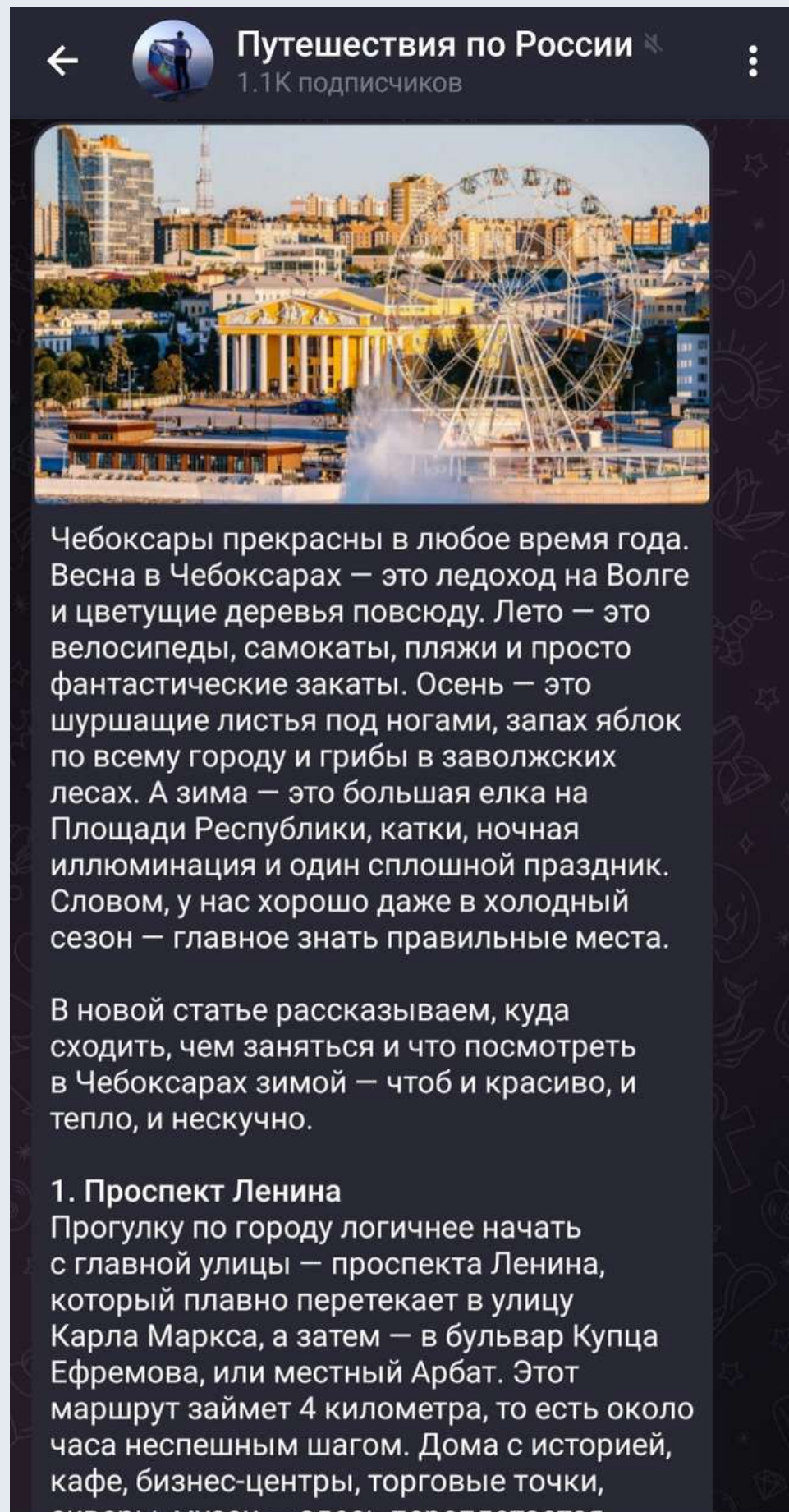
В эмблему 550-летия вписывается геральдическая утка. Это первый официальный символ Чебоксар, часть истории города.

Разработка



Пример рекламы, которая может быть размещена на платформе ВК.

Реклама вписывается в формат публикаций данной социальной сети. Она содержит информацию об одной из главных достопримечательностей города и его расположении на одной из самых крупных рек России.



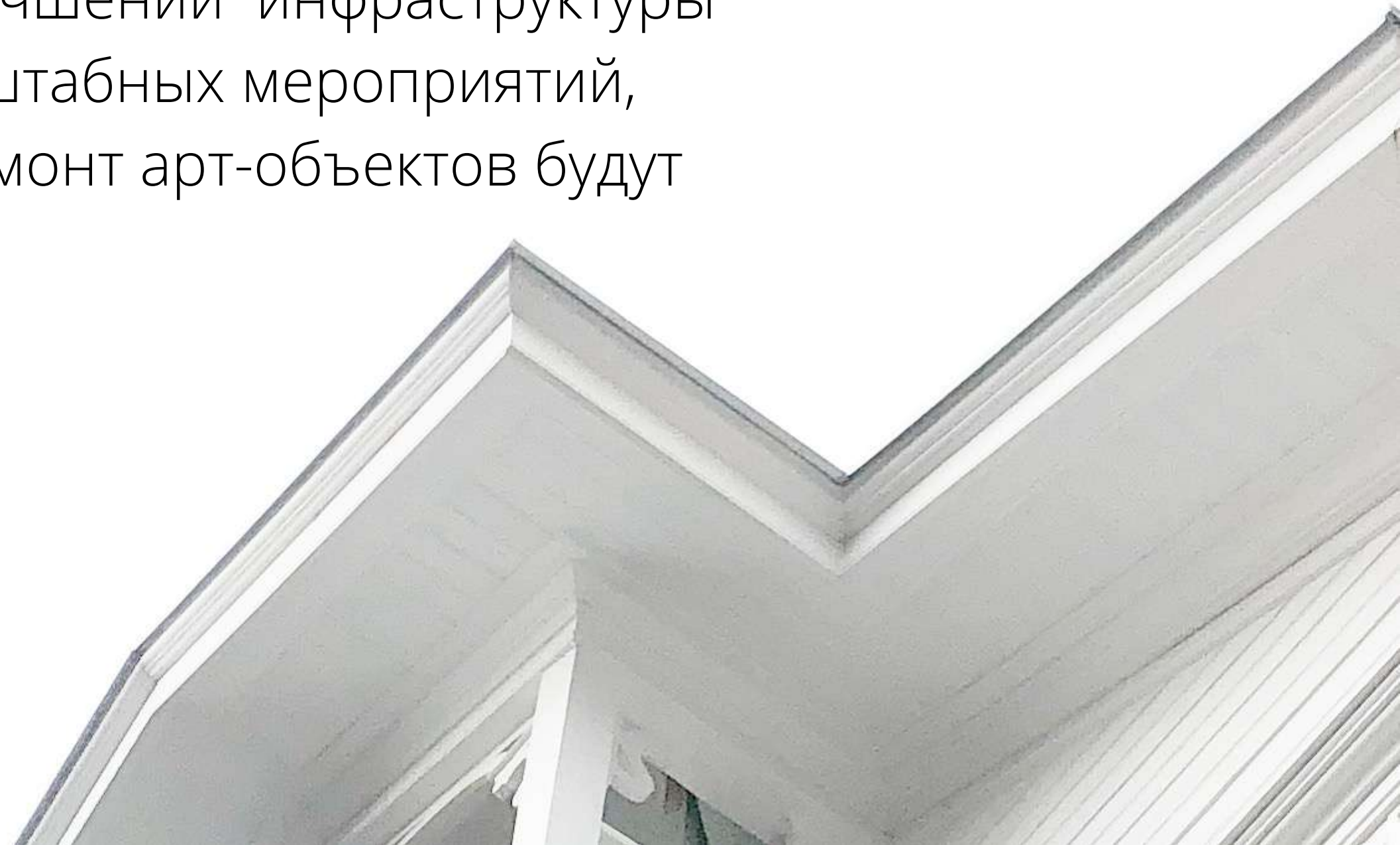
Разработка

Примеры рекламы города для платформы Telegram в формате поста в канале о путешествиях по России, в котором содержится информация о разнообразии отдыха в городе в разное время года и местах для посещения.

рис. 2

Продвижение

Для продвижения города, увеличения его популярности, необходимо распространение его ценностей и отличительных черт. Для этого можно привлекать публичных личностей, инстаграм и ютуб блогеров, выкладывать рекламу в сети. Помимо этого важна заинтересованность в улучшении инфраструктуры города и его имиджа. Проведение масштабных мероприятий, облагораживание улиц, установка и ремонт арт-объектов будут привлекать к городу больше людей.



Продвижение

Наш проект будет продвигаться в социальных сетях ВКонтакте и Telegram, привлекая аккаунты с путешествиями и блогами на схожие темы.

Например: *Telegram-канал популярного телеведущего и путешественника Антона Птушкина, который рассказывает в блоге о своих путешествиях.

*Группа ВКонтакте "Путешествия по городам России", в которой выкладывают разные достопримечательности с подробной историей и описаниями.

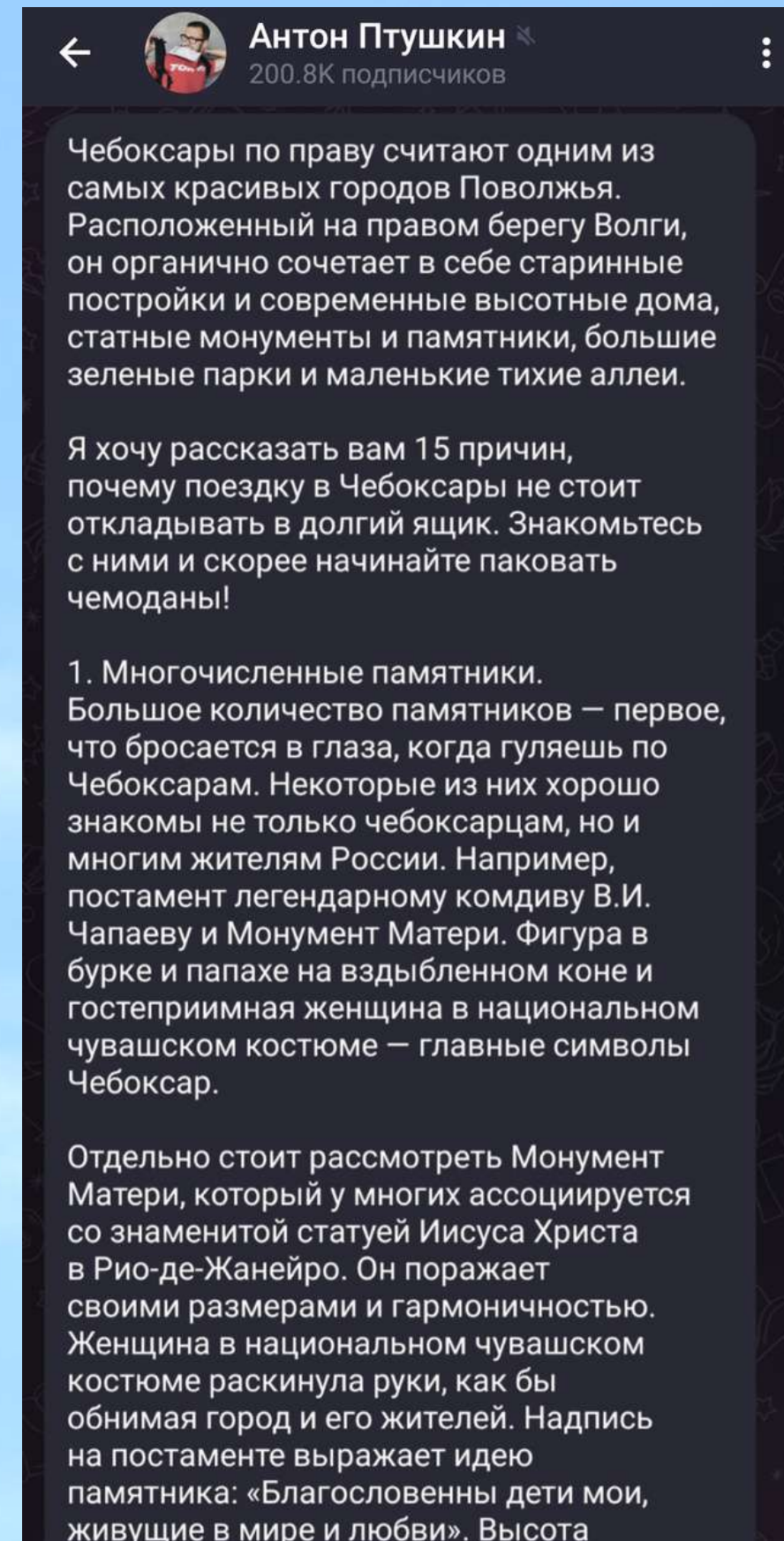


рис. 3, 4

Список использованных источников

Статистические данные

1. ВЦИОМ: Более половины россиян планируют провести летний отпуск дома. <https://www.mskagency.ru/materials/3116023>

Интернет источники информации

1. Чебоксары: <https://visitvolga.ru/about/>

2. Брендинг города:

https://urbaneeconomics.ru/sites/default/files/3467_import.pdf

Спасибо за внимание!

