

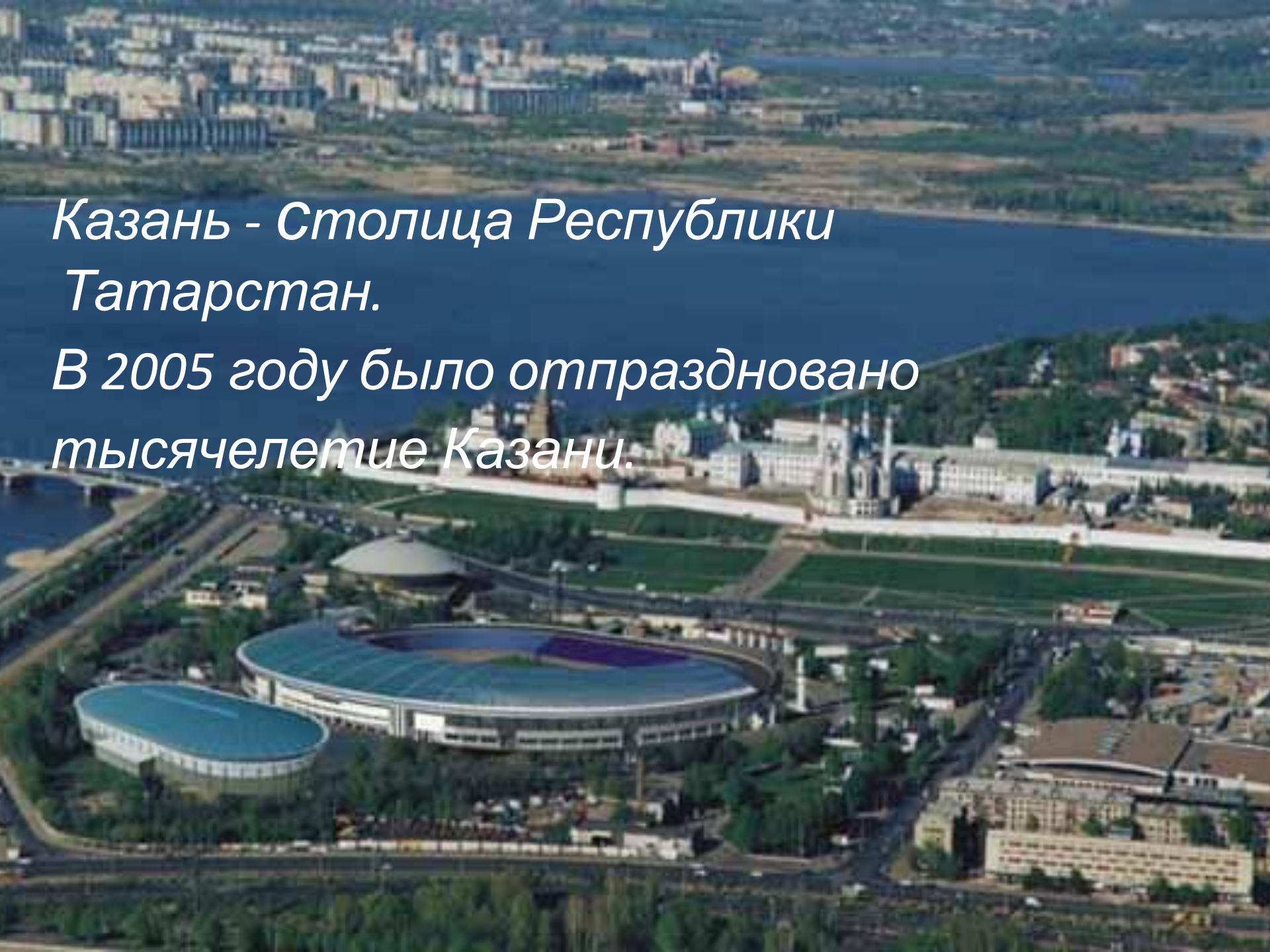
Казань



Маркетинговая стратегия

*Казань - Столица Республики
Татарстан.*

*В 2005 году было отпраздновано
тысячелетие Казани.*



Казань - прогрессирующий город, который привлекает инвесторов, бизнесменов, туристов, здесь проводятся деловые встречи различного уровня, проходят спортивные мероприятия. Казань постоянно меняется и обновляется. Это гостеприимный город, достойный неоднократного посещения.



Казань за период с 2010 по 2012 год посетили порядка 3,5 млн. туристов и экскурсантов. В 2013 году количество посетивших туристов превысило число населения города (более 1,5 млн. туристов)

ОСНОВНОЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТОК ИДЕТ ИЗ БЛИЖАЙШИХ РЕГИОНОВ РОССИИ, А ТАКЖЕ ИЗ ГЕРМАНИИ, ТУРЦИИ, США, ИТАЛИИ, ВЕЛИКОБРИТАНИИ



Основными проблемами развития туризма на сегодня являются:

- 1) недостаток информации о городе на международном туристическом рынке;**
- 2) отсутствие планомерной работы, включающей в себя серию рекламно-маркетинговых мероприятий, по продвижению бренда г. Казани;**
- 3) дефицит информации на иностранных языках (карты, буклеты, уличные указатели и т.д.), низкое качество туристического обслуживания, невысокий уровень безопасности туристов;**
- 4) недостаточное количество гостиниц категорий две и три звезды.**

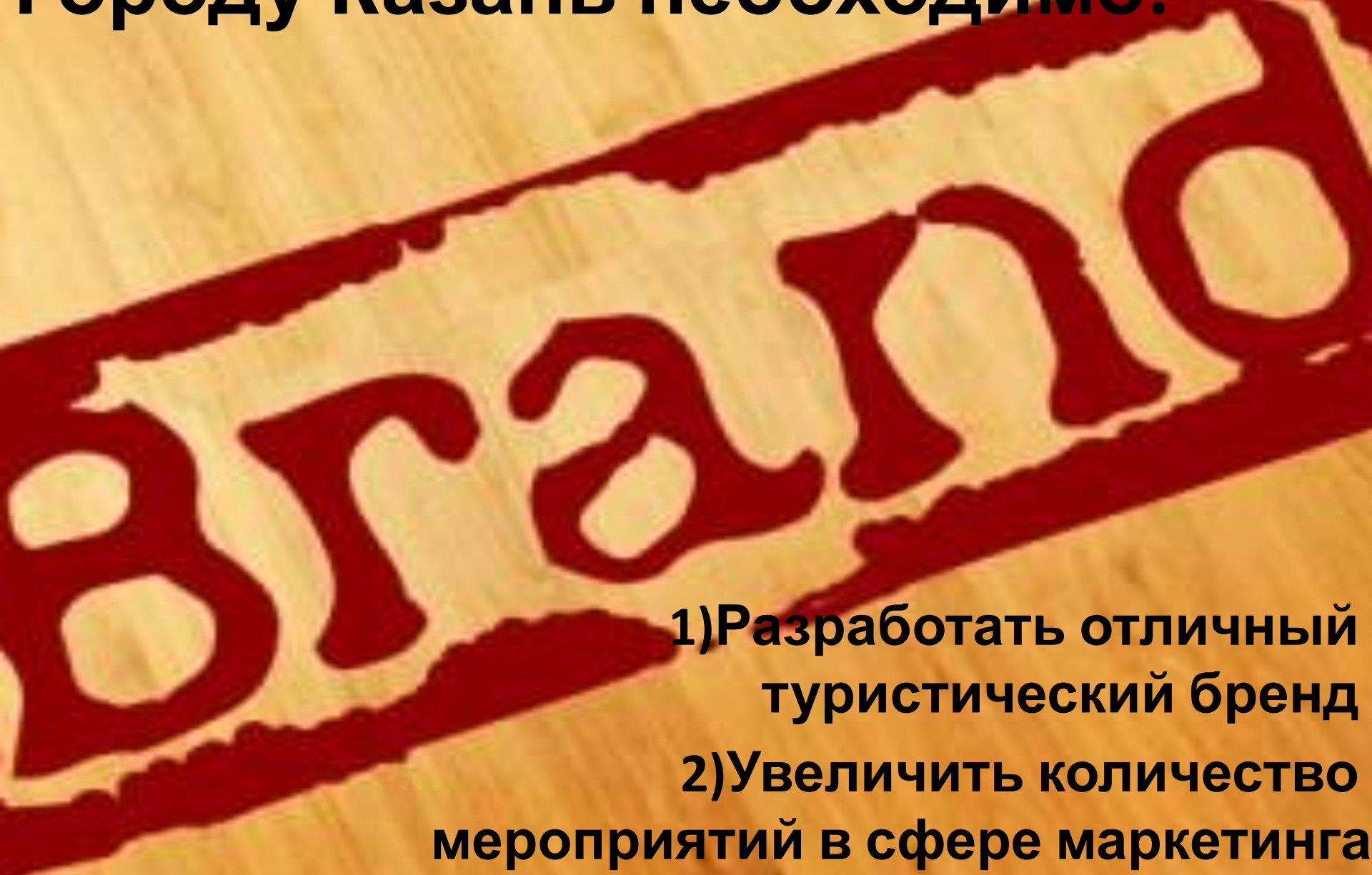


В настоящий момент у города Казань нет туристического бренда, а также проводится ограниченное число мероприятий в сфере маркетинга.



City
Branding

Городу Казань необходимо:



1) Разработать отличный туристический бренд

2) Увеличить количество мероприятий в сфере маркетинга

ТУРИЗМА

Часть работ по созданию бренда Казани уже сделана. Британская высшая школа дизайна представила властям города маркетинговую стратегию, разработанную для столицы Татарстана, которая должна сделать её «известнее и богаче», а также концепцию брендинга города.



Согласно концепции, предложенной студентами курсов "Брендинг" и "Визуальные коммуникации" БВШД главным направлением должен стать туризм выходного дня.





По оценкам проект будет стоить городу **90 млн рублей. С помощью него власти надеются привлечь с 2017 года по **2 млн** туристов ежегодно.**

Характерное построение

бренда:

- Сущность бренда: особый, запоминающийся, удивительный
- Ценность бренда: привлекательный, приятный, многообразный
- Индивидуальность бренда: динамичный, широких взглядов, гостеприимный, новый, инновационный, сочетание городской жизни и знакомство с природой
- Эмоциональные взгляды: расширяет горизонты, приятное время препровождения, духовный опыт, положительно удивляет
- Рациональные взгляды: узнать древнюю и современную Россию, культурное, религиозное и историческое просвещение
- Характеристика: культурные и религиозные достопримечательности, городская жизнь Казани, Воды Татарская кухня, международные мероприятия