



Особенности технологии повышения качества работы PR службы предприятия сферы туризма на примере продвижения группы компаний «Астра Марин»

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
Факультет: среднего профессионального образования
Выполнила: Самохвалова О. Н.

АКТУАЛЬНОСТЬ РАБОТЫ

1. 2015 год был насыщен экономическими событиями, которые существенно повлияли на сферу туризма.
2. Замечено снижение активности деловых и корпоративных мероприятий.
3. Представители сферы развлечений и туризма ведут постоянный поиск новых рекламных продуктов, а также методов их продвижения.
4. На отечественном туристическом рынке XXI века сформировался качественно новый тип потребителя, отличающийся целым рядом особенностей – требование комфорта и качества отдыха, одновременного сочетания физической и умственной активности во время путешествий, стремление получить новые впечатления и эмоции.
5. Стремительное развитие туристических услуг в условиях жесткой конкуренции по-новому ставит вопрос о значимости рекламной.

Таким образом, появляется острая необходимость внедрения новых технологий для службы продвижения на инновационном пути развития туристской отрасли.



Цель и задачи работы

ЦЕЛЬ РАБОТЫ - разработать технологию повышения качества работы промоуторской службы предприятия сферы туризма на примере продвижения группы компаний «Астра Марин».

ЗАДАЧИ РАБОТЫ:

- Рассмотреть состояние и перспективы развития туристского бизнеса в России
- Раскрыть деятельность исследуемой компании и ее современное положение
- Разработать технологию повышения качества работы промоуторской службы предприятия сферы туризма на примере продвижения группы компаний «Астра Марин»

ОБЪЕКТ РАБОТЫ – группа компаний «Астра Марин».

ПРЕДМЕТ РАБОТЫ - особенности технологии повышения качества работы PR службы предприятия сферы туризма на примере продвижения группы компаний «Астра Марин».



МЕТОДЫ И ИСТОЧНИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Эмпирическую базу исследования составили данные, полученные автором работы из научной, учебной литературы, периодических изданий и иных источников.

В РАБОТЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ СЛЕДУЮЩИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- Мониторинг Российских СМИ и TV
- Контент – анализ периодических изданий
- Теоретический анализ
- Сравнительный анализ

Основными методами исследования являются подбор и анализ литературы по теме, анализ, сопоставление типологических особенностей.

Источниками, используемыми в написании работы, является научная литература и интернет источники



1. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Перспективы и проблемы развития туристического бизнеса в современных условиях

1. Слабая законодательная база, не отвечающая современным реалиям.
2. Прогноз развития туризма в России достаточно прозрачен. Большая часть средств и потенциальных туристов, которые ранее вывозились и выезжали за рубеж, останутся в России.
3. Выездной туризм уже не вернется к прежним показателям. Вместе с тем, стоит отметить, что при стабилизации курса валют будет происходить перераспределение потоков, но на фоне реформирования туристской отрасли в РФ оно не будет глобальным и серьезный перевес будет оставаться за внутренним туризмом.
4. Решение обозначенных перед руководством страны проблем в туристской отрасли будет способствовать повышению качества российского туристского продукта и сервиса и влиять на выбор потенциальных туристов, которых с каждым годом становится все больше.
5. Россия до сих пор остается одной из самых путешествующих стран мира, и переориентирование туристских потоков на внутренний туризм будет приоритетной



1. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Общие характеристики по продвижению российского турпродукта с учетом особенностей потребителей и геополитических условий должны стать:

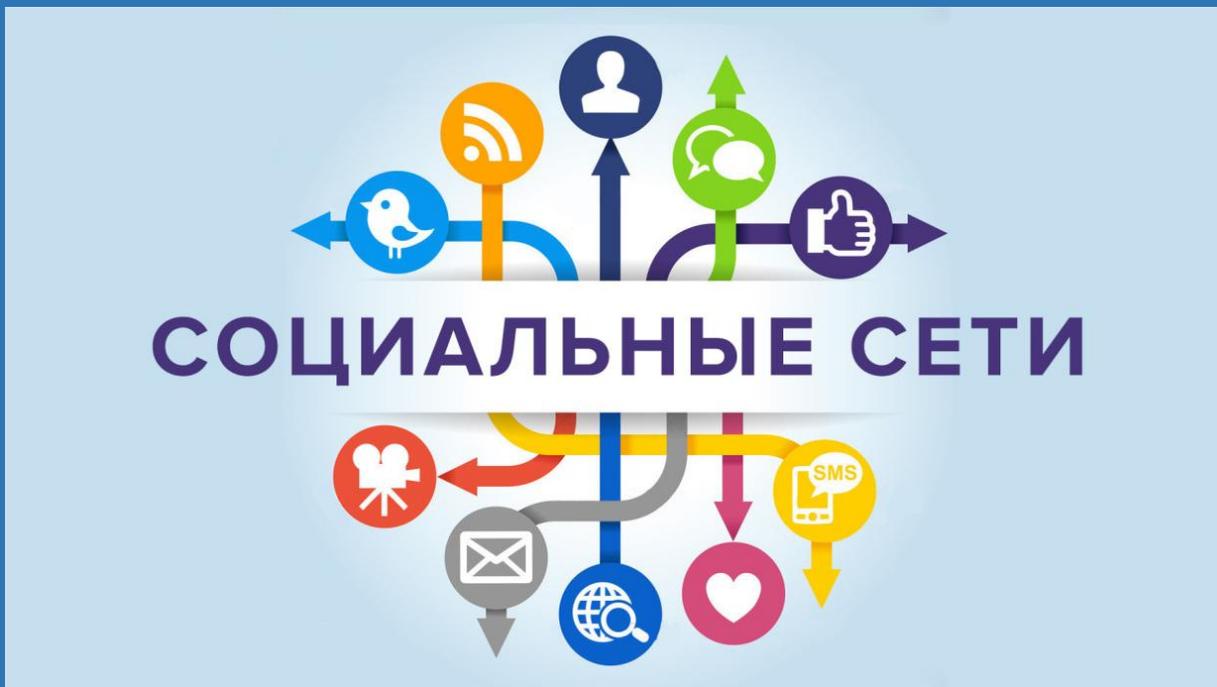
- 1) приоритет видов туризма: природный туризм, культурный туризм (религиозный и гастрономический, спортивный, в том числе экстремальный отдых, событийный и оздоровительный туризм).
- 2) рейтинг приоритетов сбытовой политики: самостоятельное бронирование туров, пэкидж-туры, «все включено» (следует повысить доступность российских сервисов бронирования билетов и туров, в том числе. поддерживать их сопровождение на английском, немецком, французском и др. языках)
- 3) подчеркивание безопасности пребывания в России, высокого качества услуг, самобытности и



1. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Социальные медиа, как инструмент повышающий лояльность

1. В условиях глобализации в медиапространстве происходит формирование определённой информационно-коммуникативной культуры.
2. Социальные сети становятся одним из наиболее эффективных каналов коммуникации, внося заметные коррективы в деятельность маркетологов и PR-специалистов.
3. Компании сегодня вступают в диалог напрямую с клиентами в обход традиционных СМИ.
4. Грамотная, тщательно спланированная SMM-стратегия позволит вывести на новый уровень общение с действующими и потенциальными клиентами.



1. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В числе актуальных тенденций в России были выделены следующие:

- ньюсджекинг – использование актуальных новостных трендов в PR и маркетинговых целях
- создание дополнительного контента, который журналисты ищут в процессе подготовки материалов на актуальные, злободневные темы
- Big Data в PR
- развитие мобильных технологий и адаптация контента с учетом этой тенденции персонализация и интерактивность
- визуализация информации, использование инфографики и мультимедийность
- полезная информация и сервисов потребителям в социальных сетях
- создание коллабораций
- человечность и юмор как способы пробиться сквозь информационный шум и другие.



2. ОПЫТ РАБОТЫ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «АСТРА МАРИН» ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ И ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПОЛОЖЕНИЯ



Группа компаний «Астра Марин» в настоящее время одна из крупнейших компаний - судовладельцев в сфере пассажирских перевозок по рекам и каналам в Санкт-Петербурге. Собственный флот на сегодня - 15 теплоходов.

Преимущество компании - холдинговый принцип организации бизнеса.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ КОМПАНИИ:

- Российские туристы
- Иностранцы туристы
- Жители города разных возрастных групп.



ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОВ

«Теплоход СПб», «Одиссея» наиболее близки по предоставляемым услугам исследуемой компании. У «СПб – теплоход» и «Петербургский теплоход» удачно представлены компании в интернете. «Балтфлот Трэвел» несколько отклоняется от всех конкурентов, так как больше нацелен на клиентов престиж класса.

Основной конкурент - судоходная компания «Теплоход СПб».



2. ОПЫТ РАБОТЫ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «АСТРА МАРИН» ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ И ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПОЛОЖЕНИЯ

ПРОВЕДЕННЫЙ SWOT-АНАЛИЗ ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО ДЛЯ УСПЕШНОЙ РАБОТЫ И ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИИ НЕОБХОДИМО УСТРАНИТЬ НЕДОСТАТКИ РЕКЛАМНОЙ СТРАТЕГИИ ООО «АСТРА МАРИН»:

1. Продвигать не непосредственную услугу, а сам бренд.
2. Ввести единую терминологию в период проведения специализированных рекламных мероприятий: выставки, брифинга и т.д.
3. Разработать единый фирменный стиль
4. Уделить внимание развитию навыков командной работы для формирования единого коммуникационного информационного пространства
5. Устранить недоразвитость системы информирования в широкой общественной медиа среде.
6. Разработать график проведения брифинга, пресс-конференций.
7. Организовать специализированные промоакции.
8. Проработать план выпуска и особенности видеороликов для ТВ и Интернета, пресс-релизов и других новостей.

3. РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА РАБОТЫ PR СЛУЖБЫ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «АСТРА МАРИН»

Компании необходимо включить методы, повышающие качество работы PR службы, а именно:

- Вирусный маркетинг,
- Консалтинг и аналитика (позволяет выявить сильные и слабые стороны бренда в сети, помогает сформировать рекомендации по дальнейшему развитию),
- Исследования рыночной ниши и аудитории (дают представление о специфике работы компании и её клиентах)
- Мобильная реклама (размещение рекламы, информации на мобильных приложениях (2ГИС и др.).

Оптимизация трудо-финансовых и организационных затрат позволяет гарантировать компании относительно стабильные объемы продаж и покрытие расходов.



3. РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА РАБОТЫ PR СЛУЖБЫ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «АСТРА МАРИН»

Для продвижения компании необходимо создание, расширение, поддержание благоприятных отношений со СМИ, что включает в себя подбор (выбор) наиболее подходящих изданий, теле- и радиоканалов, Интернет ресурсов, удовлетворяющих запросы клиента и цели конкретного проекта.

Активная работа с выбранными СМИ и постоянный контакт с общественностью способствует укреплению репутации компании, наращиванию публицитного капитала и нематериальных активов в конкурентной среде.

ИТАК, ГРАМОТНО ПРОДУМАННАЯ И ОРГАНИЗОВАННАЯ PR ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕШАЕТ КОНКРЕТНЫЕ ЗАДАЧИ:

- увеличатся продажи (в 1,5 раза)
- снизятся затраты на привлечение клиентов до 30%
- максимально увеличится охват целевой аудитории
- повысится узнаваемость бренда
- повысится имидж и лояльность целевой аудитории
- повысится посещаемость сайта в несколько раз (ориентировочно в 2 раза)

Таким образом, предлагаемая нами рекламная кампания



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

