



Interreg - IPA CBC
CCI 2014TC16I5CB006



Обука за млади претприемачи во туризмот

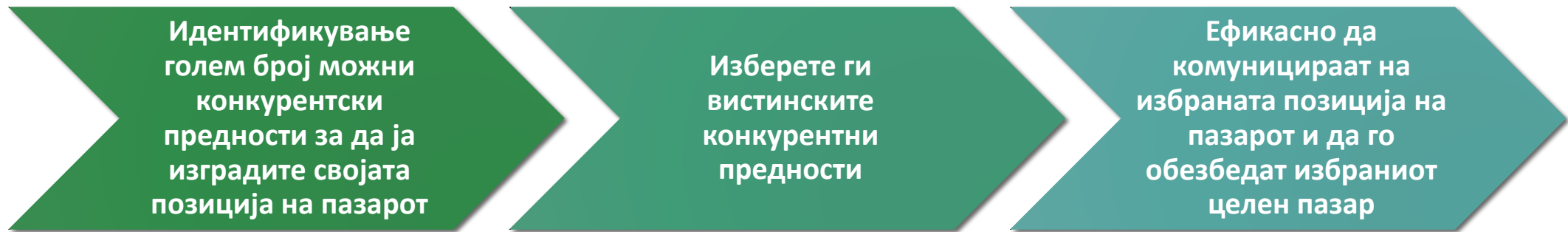
*Маркетинг и рекламирање во туризмот -
позиционирање на туристичкиот производ /
услуга, видови на рекламирање*

Проект „СТЕПС - Поддршка на претприемништвото и популаризирање на услугите во туризмот“, финансиран од Програмата за прекугранична соработка ИПА - Интеррег Бугарија - Македонија

Позиционирање на пазарот - дефиниции

- ❖ Позиционирањето на пазарот е процес на утврдување на единствено место на дестинација во умовите на потенцијалните посетители (Gartner, 1989)
- ❖ Бидејќи дестинација е комбинација од различни карактеристики и не сите од нив можат да бидат предмет на позиционирање, потребно е да се донесе одлука кои да се користат (Pike, 2012)

Процес на позиционирање на пазарот

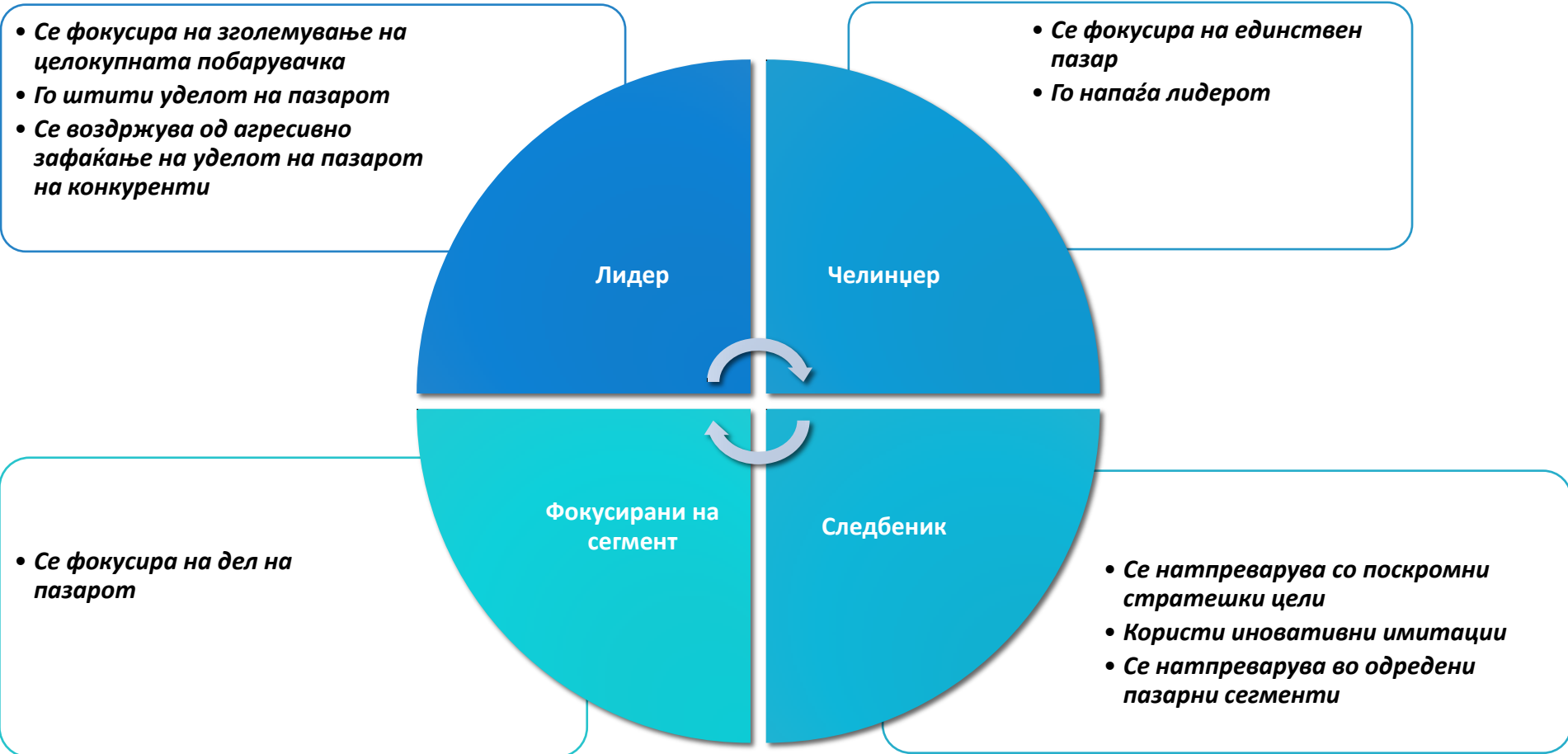


Ефикасно позиционирање на пазарот

- ❖ Ефикасно позиционирање се базира на пазарниот принцип дека производите и услугите постојат за да ги решат проблемите на клиентите (туристите), т.е. за задоволување на нивните потреби и испорака на ветените придобивки
- ❖ Ефикасно позиционирање треба да ветува придобивки и да создава очекувања, за да ги решава проблемите на клиентите (туристите). Во најдобрите случаи, предложеното решение треба да биде различно и подобро од тоа на конкурентите

"Не го знам клучот за успехот, но клучот за неуспехот е да се обидеш да им угодиш на сите"
(Бил Козби)

стратешко пазарно позиционирање



КОМУНИКАЦИСКА ПОЛИТИКА

- ❖ *Комуникациската политика (promotion)* во туризмот претставува комплекс од рекламно-охрабрувачки активности насочени главно кон корисниците на туристичкиот производ, за да се поттикне свеста за производот неговото тестирање и повторната потрошувачка и да се добијат лојални клиенти

- ❖ *Задачи на комуникациската политика:*
 - ❖ Да информира!
 - ❖ Да поттикнува купување!
 - ❖ да потсетува на целната публика за производот!

Интегрирани комуникации во туризмот



Средства за рекламирање на туристичкиот производ / услуга

- ❖ печатена и чиста реклама
- ❖ Реклама на интернет
- ❖ Рекламни филмови
- ❖ Брошури и флаери
- ❖ постери и флаери
- ❖ водичи
- ❖ Рекламни табли
- ❖ Предметна реклама
- ❖ Рекламни штандови



Субјекти на рекламниот процес



ВИДОВИ РЕКЛАМА

- ❖ *Според фази на развој на туристичкиот производ* - утврдување, одржување и потсетување
- ❖ *Според природата на комуникацискиот канал и користење за промотивни средства* - адресар директна реклама, надворешна реклама, реклама во печатот, радио и телевизиска реклама и референтни реклама
- ❖ *според обемот* - локална, регионална, национална и меѓународна, во зависност од тоа на кои територијални пазари е насочена
- ❖ *Според тоа кој рекламира* - самостојно спроведува реклама и заедничка реклама

Планирање на рекламна кампања

