

СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

Особое значение туроператорские фирмы придают рекламным турам, которые организуются как для турагентов, так и для журналистов. Рекламные туры повышают престиж туроператора на рынке туристских услуг, способствуют расширению и формированию агентской сети, а статьи журналистов о совершенной поездке являются наилучшей рекламой как самой фирмы, так и ее турпродукта. Как показывает практика, потенциальные клиенты с большим доверием относятся к той информации, которую они получили от третьих лиц, в частности, из статей журналистов, побывавших в том или ином путешествии, чем к информации, полученной из рекламных сообщений самих турфирм.

Под более эффективным продвижением Беларуси как туристической страны понимается поддержание белорусского туристического продукта. В частности, это мероприятия, проводимые в стране, отдельных городах, праздники или акции, проведение тематических событий, таких как фитнес-ретриты, йога-туры, мастер-классы по здоровому питанию и другие мероприятия, привлекающие целевую аудиторию. Основные способы продвижения заключаются в информировании большого спектра общественности, рекламной деятельности и связях с общественностью. Информирование осуществляется через различные средства распространения информации; телепередачи, почтовая рассылка, радио. Тут же работает обратная связь с общественностью через анкетирование. Туристические предприятия участвуют в планировании рекламной кампании, отслеживают объемы реализации туристического продукта и оценивают полученный результат деятельности рекламной кампании. Связь с общественностью заключается в контактах и совместных мероприятиях со СМИ, активном сборе отзывов клиентов, публикации положительных отзывов на различных платформах, использовании рекомендаций клиентов в качестве маркетингового инструмента, что способствует росту числа позитивных публикаций в социальных сетях и новостях и репортажей о стране как туристическом направлении. Также на фоне хороших отзывов уменьшается количество негативных комментариев о природных бедствиях и политических ситуациях в стране.

На сегодняшний день стало очень популярно публиковать статьи, истории на различных социальных платформах, тем самым рекламируя самих себя: создание красивых видеороликов о том или ином месте развлечения, проведении своего отдыха в рекреационных зонах,

репост положительных отзывов, создание красивых страниц с возможностью узнать сразу всю актуальную информацию, такую как место, услуги, цена. Наиболее перспективно развивать свой бизнес через социальные сети, показывая результат своей работы. Тут же путевки можно оформлять в форме видеобзора посещения мест, который предполагает маршрут, описание продукции не только поверхностно, но и оформленное художественным языком, предоставления дополнительных услуг наподобие сезонных мероприятий.

Эти методы помогут продвигать национальный туристический продукт на мировом рынке, привлекать иностранных туристов и укреплять имидж страны как популярного направления оздоровительного туризма.

Это и отличает успешную рекламную кампанию от непродуманного, хаотичного размещения многократных рекламных сообщений.

Источники

1. Опыт продвижения туристического продукта в зарубежных странах [Электронный ресурс] // Studbooks.net. — Режим доступа: https://studbooks.net/1511077/marketing/zarubezhnyy_opyt_prodvizheniya_turprodukta. — Дата доступа: 02.12.2022.

2. Ананьева, Л. Ю. Методы маркетингового продвижения турпродукта [Электронный ресурс] / Л. Ю. Ананьева // Справочник от Автор24. — Режим доступа: https://spravochnick.ru/marketing/metody_marketingovogo_prodvizheniya_turistskogo_produkta/. — Дата доступа: 02.12.2022.