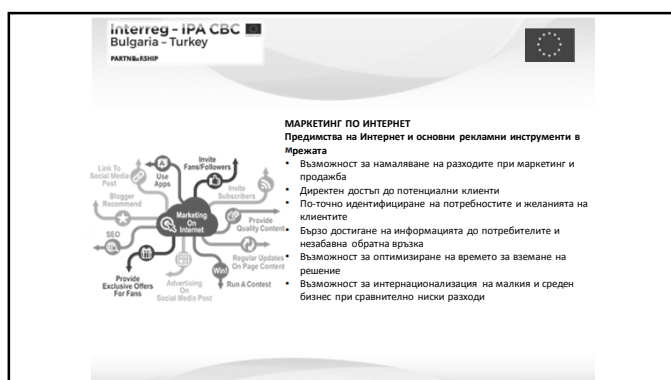
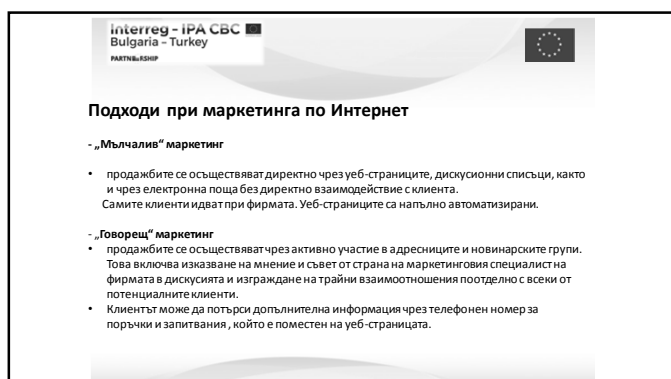








interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Основни рекламни инструменти в световната мрежа

- Уеб-страницата е първата форма на реклама в Интернет тип „брошура“
- електронна страница, която използва всеки възможен технологичен и дизайнерски способ, за да направи страницата най-привлекателна
- уеб-страница, съдържаща важна информация за съответния продукт, от която потенциалните клиенти биха могли да се нуждаят

<http://www.tourism.gov.my>
<http://www.tourism.government.bg/>
<http://www.antea.bg/>

Недостатъци на българските уеб-сайтове

Уебсайтът е онлайн лицето на Вашия туристически бизнес!

Хубавата и функционална интернет страница на хотел, ресторант или туристическа агенция има силата да привлече повече клиенти и да осъществява повече продажби.

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Резервации по Интернет чрез онлайн резервационни системи и чрез собствения сайт

www.booking.com
www.bulgaria-hotels.com
www.visitBulgaria.net
www.bestwestern.com

Пътища за увеличаване на потребителския поток към уеб-сайта

- регистриране на сайта на туристическата фирма в машините за търсене
- използване на изготвени за достигане на предпочитаната аудитория

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Електронната поща като ефективен рекламен инструмент

Предимства на електронната поща

- Маркетингът чрез имейл дава възможност за „прицелени послания“
- Разработване на електронното писмо
- Осигуряване на електронни адреси на перспективни клиенти
- Начини за осъществяване на реклама чрез електронната поща
- Поддържане чрез реклами електронна поща
- Спонсориране на игри по електронна поща
- Спонсориране на дискусийни списъци/групи

Email маркетинг – изготвяне и осъществяване на ефективни имейл маркетинг кампании с цел увеличаване на резервациите и познаваемостта на бранда.

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Рекламни формати в Интернет

- Рекламни банери
- Рекламни бутони
- Малка обява
- Синдикирана банерна реклама
- Рекламна статия

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Същност и развитие на електронната търговия

- Електронни продажби на туристически услуги
- Електронна търговия и необходимост от създаване на отдел за електронен маркетинг на туристическата фирма
- Последователни действия при организиране на отдел по електронен маркетинг
- Неприкосновеност на личните данни – правила за добрия електронен маркетинг

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Виртуалният маркетинг се свързва с възможността потребителите по електронен път и чрез различни комуникационни технологии (Интернет) да персонализират характеристиките на своя виртуален продукт, който фирмите да могат да превърнат в реален за възможно най-кратко време.

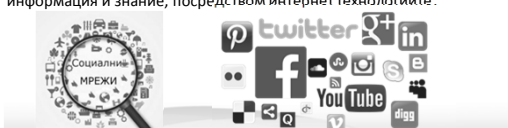
Видове

- Маркетинг на виртуални мрежови общности и вирусен маркетинг
- Мобилен и дигитален маркетинг

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Виртуални мрежови общности

- **Групи на присъединяване**, чиито онлайн взаимодействия са базирани върху споделен ентузиазъм и знание за специфична потребителска дейност.
- **Обединения между индивиди или организации**, които регулярно споделят общи ценности и интереси и използват електронна медия за комуникация в едно общо семантично пространство.
- **Онлайн платформи**, които улесняват интеракцията в мрежа от потребители.
- **Социални мрежи** от индивиди, които споделят и придобиват информация и знание, посредством интернет технологиите.



interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Функции на виртуалните общности

- **Социални функции** - общностите имат качества едновременно на комуникационни платформи и вид социални мрежи.
- **Бизнес функции** - общностите служат като търговски и маркетингови платформи.



interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Маркетинг чрез социалните мрежи

Същност и предимства на социалните мрежи за маркетинговите комуникации на туристическата фирма

Поддръжка на Facebook страници – най-голямата социална мрежа в света е идеалното място да промотирате бизнеса си и да печелите нови клиенти. Освен връзка с клиентите, мрежата позволява силно таргетирана реклама, която да достигне до правилните хора в правилния момент. Ефективното поддържане на Facebook страница може да донесе много нови хотелски резервации.



interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Туристическа реклама в социалните мрежи чрез платформата за видео обмен Youtube

The Massive YouTube Ecosystem

https://www.youtube.com/watch?v=G17MpySb3Ik
https://www.youtube.com/watch?v=5HlBp0DjfyI

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Казуси за успешно използване на социалните мрежи като маркетингов канал

- Marriott <http://www.marriott.com/default.mi>
- Best Western https://www.bestwestern.com/en_US.html

Facebook And Youtube Are The Leading Social Networks In Europe
"Which of the following websites do you visit at least monthly?"

Platform	Total EU	France	Germany	UK	Italy	Spain
Facebook	80%	80%	80%	80%	80%	80%
Google+	22%	22%	22%	22%	22%	22%
LinkedIn	8%	8%	8%	8%	8%	8%
Pinterest	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Twitter	15%	15%	15%	15%	15%	15%
YouTube	50%	50%	50%	50%	50%	50%

Source: European Technology/Online Benchmark Survey, 2013

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Споделяне на мнения и съвети относно туристически преживявания – миниблогиране в Twitter и изпращане на тематични прес релийз до известни блогъри

[illegible][illegible]



Силни страни на виртуалната реалност

Виртуалният тур е нов и интересен начин да покажете хотела или ресторанта си в различна светлина и да подарите на гостите си възможността да се разхождат в стаите, лобито, конференнтните зали и така по-лесно да вземат решение за резервация!

- Подходяща е за визуализиране на пространствена околна среда.
 - Има висок потенциал за предоставяне на обемна сетивна информация към потенциални купувачи на туристически продукти.
 - Предоставя уникални платформи за комуникация между туристи /Lonely Planet, Itchy Feet/.
 - Директно предоставя развлечения под формата на виртуални туристически атракции.
 - Мотивира потребителите за посещение на действителното туристическо място.
 - Виртуалните туристически ресурси имат неограничен капацитет и могат да бъдат споделяни от безброй потребители.
- https://www.youtube.com/watch?v=lype_TaIRk

Слаби страни на виртуалната реалност

- Липсва спонтанността на преживяването, възможността за релаксация и закупуването на сувенири.
- Не осигурява физическо бягство на индивида от заобикалящата го среда.



Вирусен маркетинг Viral Marketing

Стратегия за насърчване на индивидите да препращат благоприятна и завладяваща маркетингова информация, която те получават през електронна медия. Целта е изграждане и укрепване на марката и имиджа на съответната фирма като се използва комуникация между потребителите /peer-to-peer/.

Предимства

- Евтин за изпълнение
 - Приема се в по-благоприятна светлина
 - Ефективно сегментиране
- Чрез използването на вирусния маркетинг фирмите целят по-силно генериране на търсене на събития.

Елементи

- бутон „изпрати на приятел“ (e-mail a friend)
- използване на хумор, награди и интригуващи послания

<https://www.youtube.com/watch?v=ITUUW0V4Vns>
Kulula airlines



КАКВО Е МОБИЛЕН МАРКЕТИНГ?

Мобилен маркетинг е набор от практики, които позволяват на компаниите да комуникират и да се свързват със своите таргет аудитории по интерактивен и подходящ начин през всяко мобилно устройство.

Хубаво е стратегията за мобилен маркетинг да е съобразена с всички етапи на туристическото пътуване. А самото то започва още преди да се е зародила идеята за такова. Т.е. първата задача на всеки туристически бизнес е да едновременно мобилните потребители да предприемат дадено пътуване. След това трябва да предоставите необходимата информация на клиентите, за да организират своето пътуване най-лесно и с възможно най-малко стъпки.

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Мобилен маркетинг в туризма

Вашите клиенти използват мобилните си устройства, за да:

- Проверяват имейлите си
- Комуникират с познати
- Използват социалните мрежи ежедневно
- Слушат музика
- Заснемат своите пътувания и публикуват снимки във Facebook през смартфона си
- Търсят информация и посещават различни уебсайтове
- Правят резервации
- Използват туристически карти за намират най-добрите неща за правене, места за настаняване и хранене чрез различни приложения

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Идеи за мобилен маркетинг в туризма

- Направете сайта си съвместим с мобилни устройства
- Оптимизирайте резервационната система за мобилни устройства
- Улеснете телефонния контакт
- Създайте мобилно приложение на своя хотел, заведение или туристическа агенция
- Оптимизирайте имейл кампаниите си за мобилни устройства
- Възползвайте се максимално от съществуващите мобилни приложения за локално търсене
- Предложете на гостите си безпрепятствен достъп до интернет

Инструментарии

кратки текстови съобщения, мултимедийни съобщения, игрови мобилен маркетинг, мобилен уебмаркетинг

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Дигитален маркетинг

Реализира се посредством всички възможни видове дигитални технологии и устройства (телевизия, радио, интернет, мобилни комуникации и др.)

Форми на дигитален маркетинг

- Издърпващ/пасивен дигитален маркетинг – позволяващ на потребителите директно да селектират съдържанието на маркетинговата информация
- Избутващ дигитален маркетинг – информационно въвлича и обвързва създателя на маркетинговото съобщение и неговия получател, например чрез имейл, SMS.

Programme is co-financed
by the European Union

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP



Предимства

- бързо доставяне на съобщението, веднага след като бъде създадено
- затрудняване на потребителя за блокиране на съобщението
- по-добро таргетиране, тъй като push технологиите изискват предварително регистриране и позволение за получаване на маркетингови съобщения
- по-висока степен на персонализация

Недостатъци

- по-малка аудитория
- по-слаба видимост на съобщението през интернет търсачките
- по-високи разходи за изпълнение

Източник: Маркетинг в туризма, Светла Ракаджийска, Стоян Маринов, Тодор Дянков

interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP



Благодаря Ви за вниманието!



Лектор: Бинка Гаджева



Programme is co-financed
by the European Union
