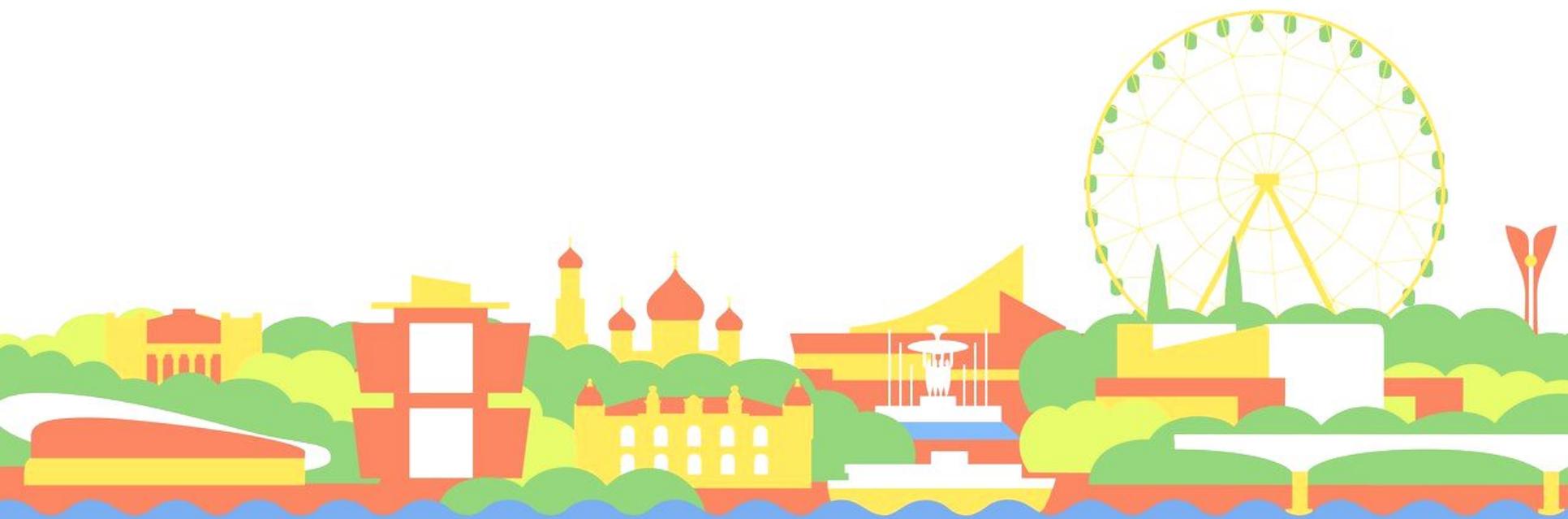


SMM-ПРОДВИЖЕНИЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ НА РЫНКЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА



Внутренний туризм -

Временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

Маркетинг в социальных сетях (SMM)

Комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач.

Территориальный маркетинг

Маркетинг в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория

Цель исследования

Изучение влияния SMM-продвижения на имидж Ростовской области как бренда.

Задачи исследования:

1. Выделить особенности, виды, проблемы внутреннего туризма в Российской Федерации;
2. Определить специфику, маркетинга территории, рассмотреть стратегии продвижения;
3. Изучить инструменты маркетинга в социальных сетях на примере социальной сети ВКонтакте;
4. Изучить Ростовскую область как продукт маркетинга территории;
5. Измерить имидж Ростовской области среди реальных и потенциальных потребителей территории;
6. Проанализировать SSM-продвижение Ростовской области (на примере контента группы ВКонтакте Туристического информационного центра)

Объект, предмет и методы исследования

Объект исследования - Ростовская область на рынке внутреннего туризма.

Предмет исследования - продвижение бренда Ростовской области посредством маркетинга в социальных сетях.

Методы исследования: анализ научных источников и справочной литературы, анкетирование, семантический дифференциал, наблюдение.

Задач первого опроса

1. Изучить степень привлекательности Ростовской области как объекта туризма среди жителей и потенциальных гостей региона;
2. Выявить основные ассоциации, связанные с регионом;

Какие ассоциации у Вас возникают, когда Вы слышите о Ростовской области?

Подсолнухи

Юг

ФК Ростов

"Где-то далеко", "река", "Русь"))

-

Озеро неро, ростовский кремль

сказка

ростов папа

Хорошие

Поля, Озера, Казаки, кони

Раки дон Левбердон

Дон

Дом

степь

Шолохов, Дон

Ну такое

Река Дон, казаки

Не самые лучшие, но походить по заброшенным дереvушкам хочется.

Приятные ассоциации, так как это моя маленькая родина.

Степь, казаки, Дон

Ростов-Папа

Что то родное

Какие достопримечательности Ростовской области Вы бы хотели посмотреть / показать другим в первую очередь?

Танаис, мемориал в Змиевской балке и Кумженский мемориал. Музей шахтерского труда

Ещё не знаю

Ростов арена

Дом Чайковского, Дон

Не знаю

Ростовский кремль

Улицы, архитектуры

река дон

Музей

На данный момент таких мест нет

Набережная

Театральная площадь, набережная

Природу

Таганрог, Азов, Большой Лог

Родина Шолохова

-

Набережная

Каменск-Шахтинский.

Мержаново

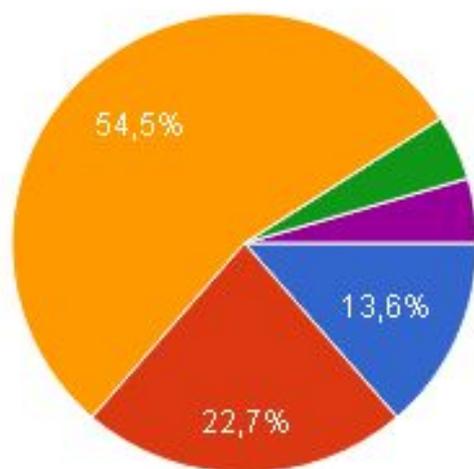
Цветение степи, Танаис

Театральная площадь , Набережная, ДГТУ

Новая набережная

Что, по Вашему мнению, сильнее всего влияет на имидж региона?

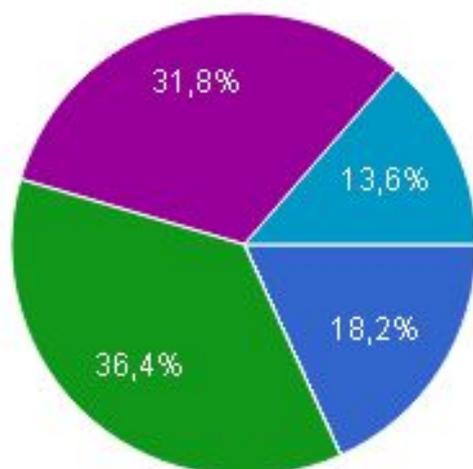
22 ответа



- Действия органов власти
- Развитая (неразвитая) инфраструктура (транспорт, ЖКХ, школы, больницы и т. д.)
- Туристические бренды (достопримечательности, фестивали, известные уроженцы, природные ресурсы)
- Информация в СМИ
- Фк Ростов и Ростов арена

Каков, по-Вашему мнению, имидж Ростовской области?

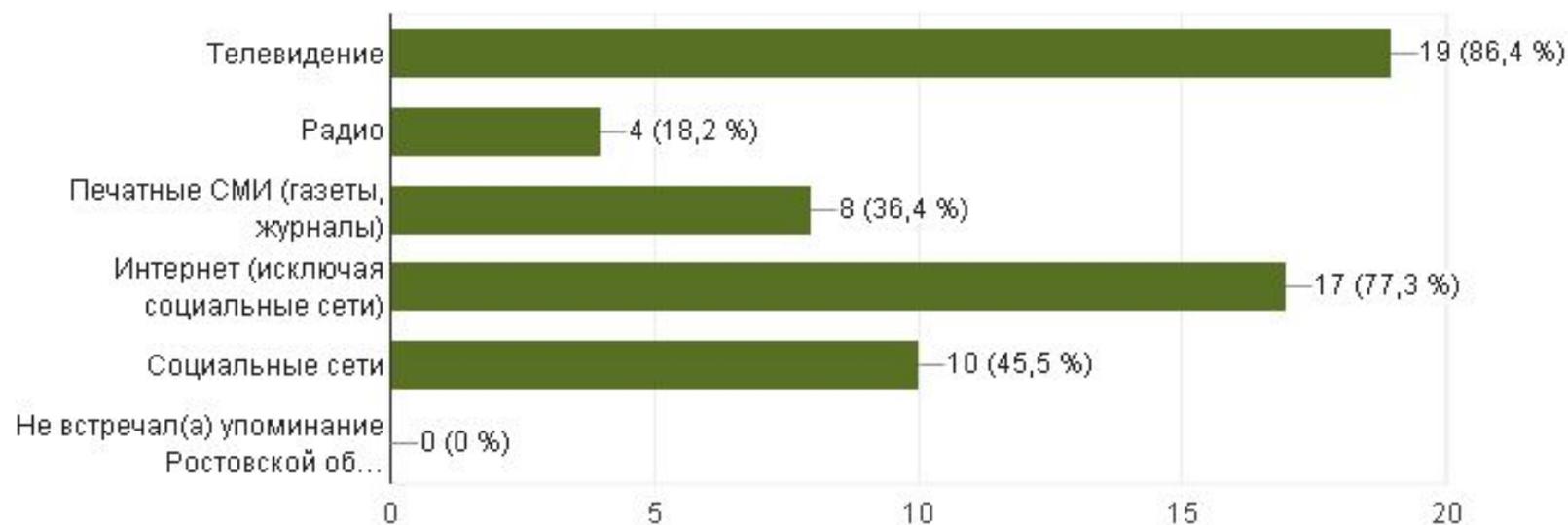
22 ответа



- Положительный
- Чрезмерно положительный (слишком много приезжих)
- Негативный
- Противоречивый (много и "плюсов" и "минусов")
- Слабовыраженный (о регионе мало что известно)
- Затрудняюсь ответить

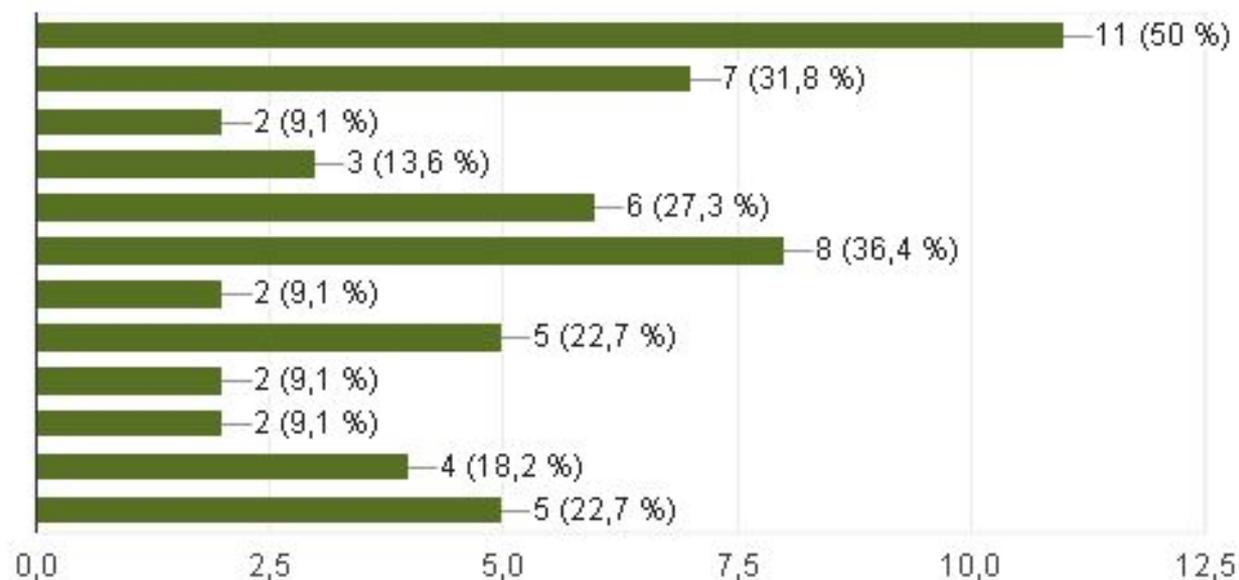
В каких СМИ Вы встречали упоминание Ростовской области за последние 12 месяцев?

22 ответа



Какую информацию Вы видели в группах, посвященных туризму в Ростовской области?

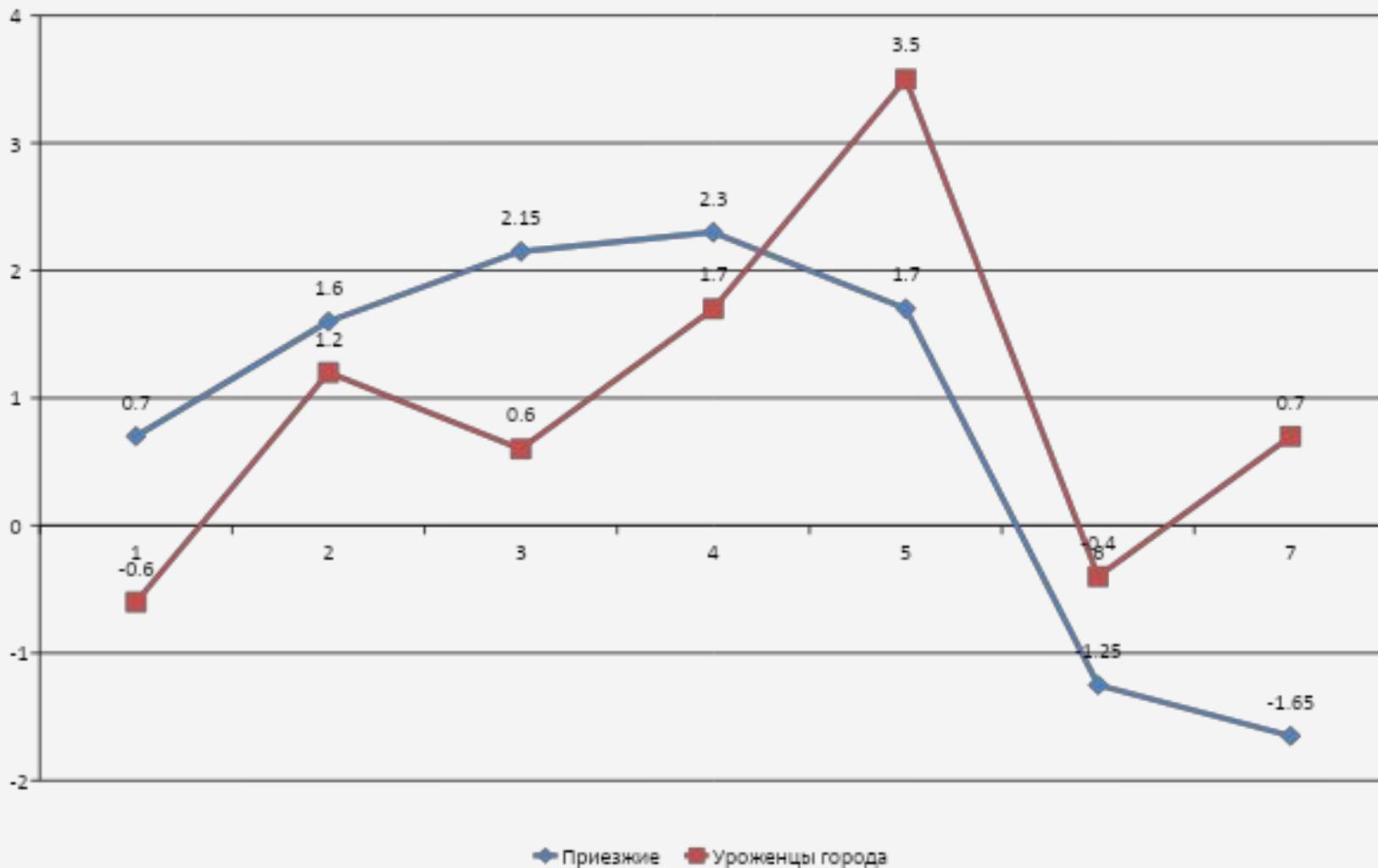
22 ответа



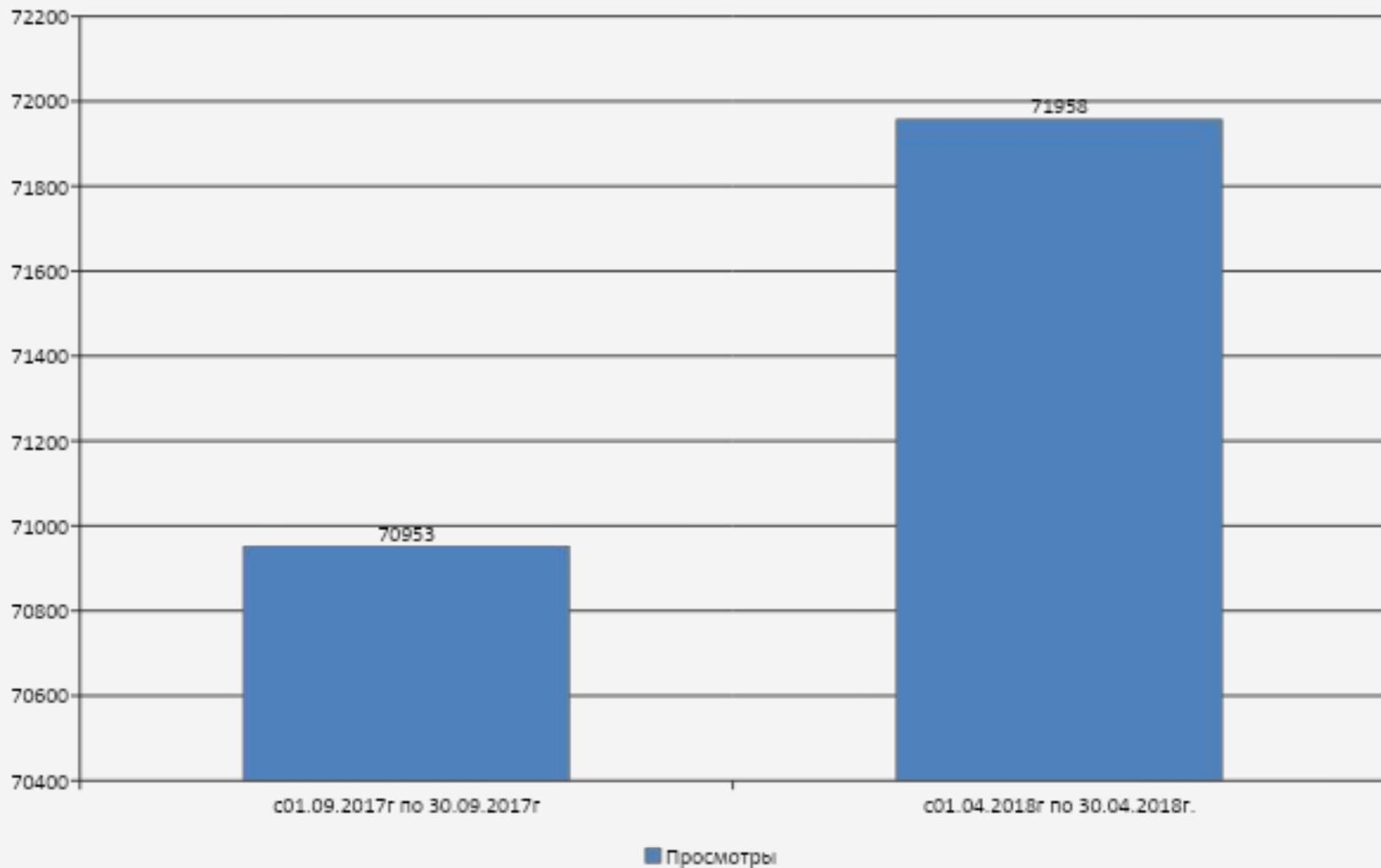
Восприятие Ростова-на-Дону приезжими и уроженцами города

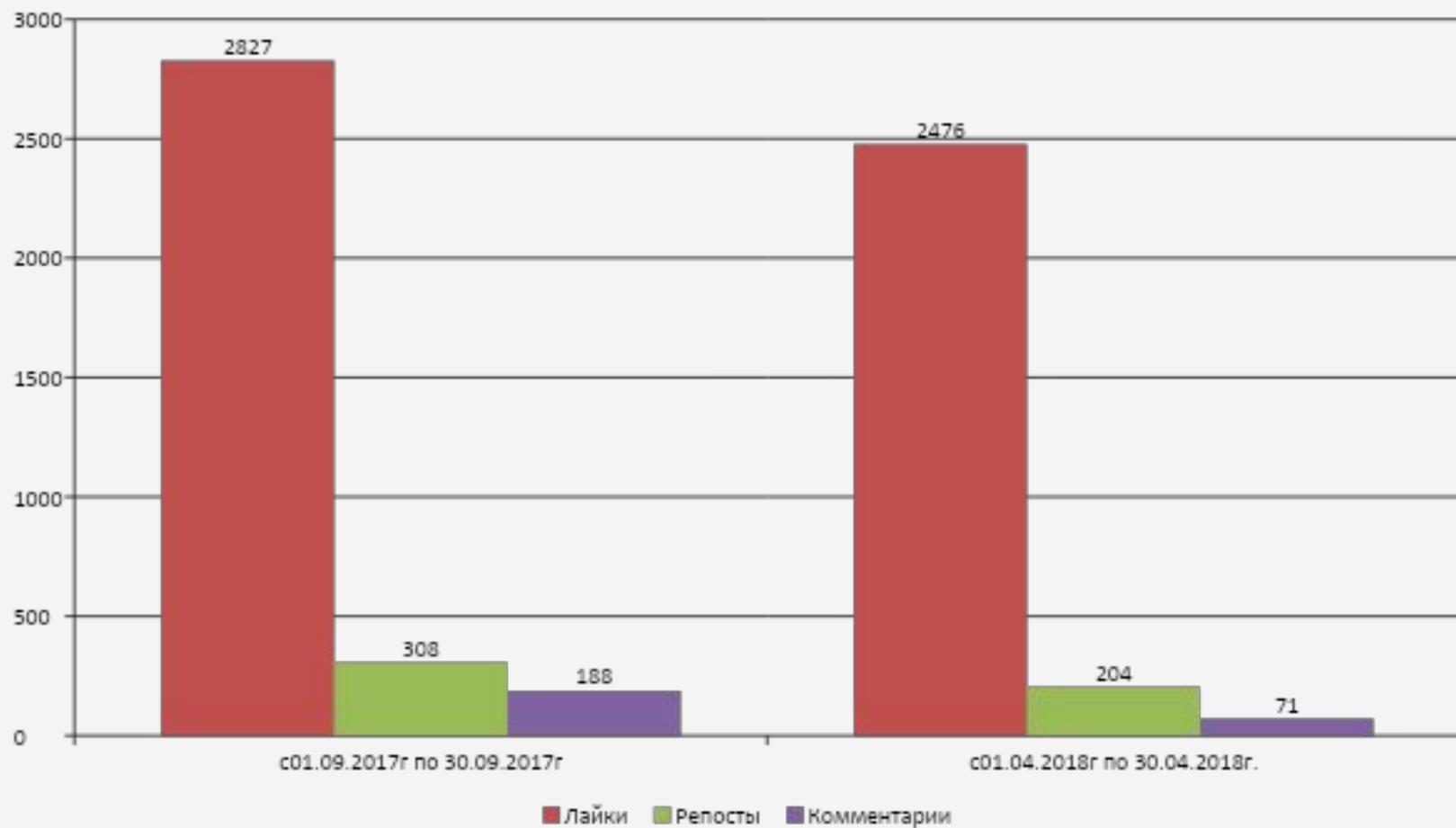
- 1 Традиционный – Современный;
- 2 Тихий – Шумный;
- 3 Скучный – Интересный;
- 4 Медленный – Быстрый (о ритме жизни);
- 5 Недружелюбный – Приветливый;
- 6 Грязный – Чистый;
- 7 Бесперспективный – Успешный (о возможностях построения карьеры).

График восприятия по всем 7 шкалам (среднее арифметическое)

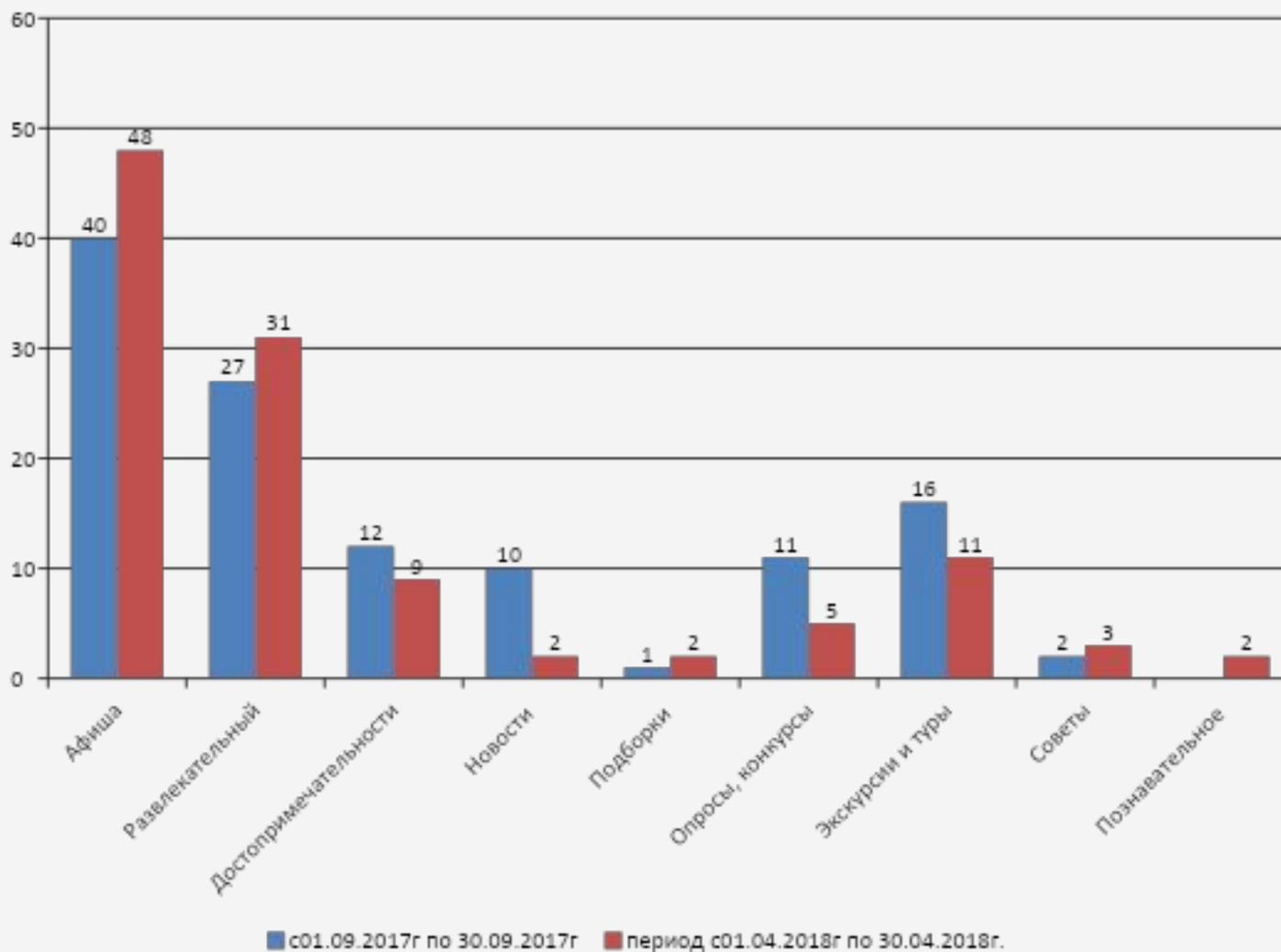


Отклик посетителей группы на публикации

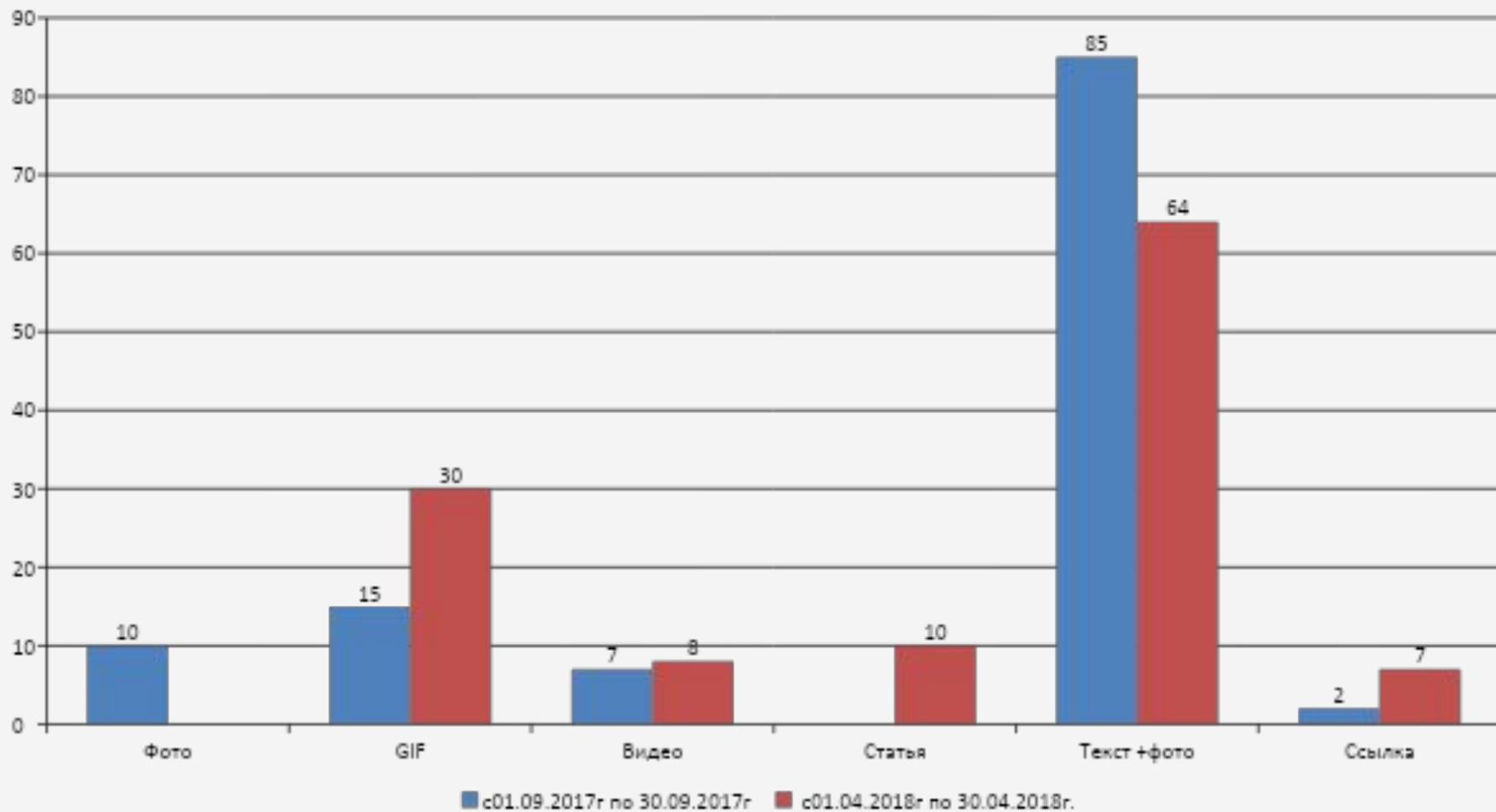




Разбивка по темам публикаций



Разбивка по формату публикаций



Рекомендации:

1. Не отказываясь от имеющихся тематик разнообразить публикуемую информацию по темам (вернуть подборки фото, биографии, рассказы о достопримечательностях) и по форматам (больше фото, аудио, видео).
2. Опросы и конкурсы переместить на время утренних постов, либо закреплять на стене, так как именно утренние публикации и закрепленные записи набирают наибольшее число просмотров.
3. Уведомлять посетителей группы об обновлениях в фотоальбомах и видеозаписях. В настоящий момент это почти не делается.

Спасибо за внимание!

