

Модернизация портала Visit Silk Road

visit **SilkRoad**



Одри Скотт

Консультант — руководитель направления по развитию туризма, АБР
Заседание Рабочей группы ЦАРЭС по туризму · Ташкент · 9–10 сентября 2026 г.





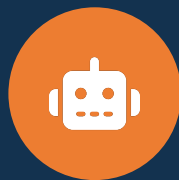
Как меняются процессы поиска, выбора и бронирования путешествий



ПОТОМ — путеводители

Я планирую поездку, чтобы 2 недели исследовать Шелковый путь. Меня интересует культура, исторические локации, хайкинг и кухня. Какие места рекомендуешь посетить? Чем в первую очередь заняться?

СЕЙЧАС — задайте вопрос своему любимому инструменту ИИ



56%

путешественников использовали ИИ для планирования, бронирования или получения помощи на месте хотя бы в одной поездке за последний год. Среди пользователей ИИ 94 % использовали его для путешествий.



90% туристов перед поездкой ищут информацию о путешествии **в Интернете**. Поиск в Google по-прежнему остается самым популярным, но его популярность снижается в пользу инструментов ИИ и Answers.



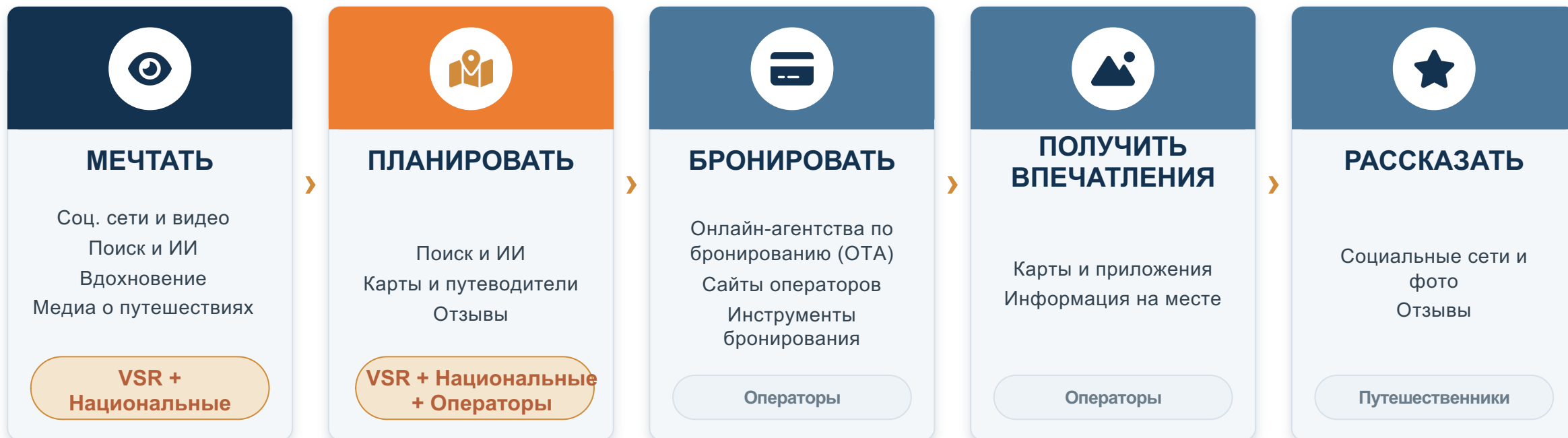
Рынок туристических поисковых систем становится все более фрагментированным: важную роль в нём играют Google, ответы инструментов ИИ, карты и профили компаний, а также социальные сети.



Модернизация веб-сайта направлена на повышение использования инструментов ИИ и онлайн-поиска, что позволит сделать VSR надежным и авторитетным источником качественной туристической информации о регионе ЦАРЭС.



Жизненный цикл путешественника: какую роль играет портал VSR



Возможность: Большинство путешественников пока не рассматривает этот регион на этапах «Мечтать» и «Планировать». Именно поэтому портал VSR может повысить узнаваемость региона как туристического направления и помочь путешественникам воплотить свои идеи в жизнь, предоставляя им качественную и достоверную информацию, а также налаживая связи с частным сектором для бронирования



Ваше мнение о портале VSR: результаты опроса

Как портал VSR может наиболее эффективно способствовать развитию региона ЦАРЭС



Опрос: Основная аудитория портала VSR





Цели предлагаемой модернизации



Одно место — множество впечатлений. Позиционировать ЦАРЭС как международное туристическое направление с набором взаимодополняющих впечатлений, где каждая страна дополняет соседнюю, с акцентом на продвижение путешествий по нескольким странам.



«Путешественник прежде всего»(B2C)

Основная целевая аудитория — **путешественники**, поэтому сайт должен содержать актуальную информацию и быть удобным в использовании.



Поиск в Google и инструментах ИИ

Оптимизирован для поиска в Интернете и инструментах ИИ (ChatGPT, Perplexity, AI Overviews).



Презентация региона

Регион ЦАРЭС как единое туристическое направление с разнообразным спектром впечатлений.



Трансграничные маршруты

Показать маршруты и планы путешествий по нескольким странам с информацией, необходимой для планирования и бронирования поездки.



Бесшовное путешествие

Практическая информация о визах, пересечении границ и транспорте, демонстрирующая, насколько легко путешествовать по этому региону.



Страны и партнеры

Продвигать национальные туристические сайты, местные страницы и привлекать к сотрудничеству частный сектор.

В соответствии со Стратегией туризма ЦАРЭС, в рамках второго этапа (2024–2028 гг.) основное внимание уделялось перспективным международным целевым рынкам.



Подход «путешественник прежде всего»



О Шелковом пути

Что делает этот регион уникальным международным туристическим направлением. Информация о ЦАРЭС.



Путеводители по странам

Подробные путеводители по странам, которые вдохновляют и информируют путешественников, а также ссылки на национальные и региональные веб-сайты.



Чем заняться

Впечатления и конкретные направления по интересам и темам, соответствующие актуальным тенденциям в сфере туризма.



Трансграничные маршруты

Межстрановые маршруты и туристические кластеры, помогающие путешественникам планировать и бронировать поездки по региону.



Планирование поездки

Визы, пересечение границ, транспортное сообщение и безопасность — ключевые факторы, подчеркивающие удобство путешествий по региону.

ТРИ АУДИТОРИИ, ОДИН ПОРТАЛ



Путешественники (B2C) — **основная целевая аудитория**, на которую ориентирован весь сайт с учетом спроса, передовых практик в сфере туристических сайтов, а также требований SEO, AEO и GEO.



Специалисты в сфере туризма могут найти достоверную и качественную информацию о туристических программах, трансграничных маршрутах и частном секторе.



Учреждения и инвесторы — информация о них представлена в отдельном подразделе (подробнее — чуть позже).



Чем заняться: в соответствии с туристическими трендами, уникальные достопримечательности

ВПЕЧАТЛЕНИЯ ПО ИНТЕРЕСАМ



История и культурное наследие



Природа



Отдых на природе и приключения



Культура и традиции



Базары и искусство



Кухня



Мероприятия и фестивали

Целевые страницы, ориентированные на интересы + страницы с конкретными направлениями и впечатлениями = вдохновение плюс практические советы, как это сделать

КУДА ДВИЖЕТСЯ МИРОВОЙ СПРОС



\$1.16 трлн.

мировой рынок приключенческого туризма, который с 2016 года вырос на 160 %. Регион ЦАРЭС занимает идеальное положение для работы на этом рынке.



75%

путешественников стремятся познакомиться с подлинной местной культурой, а дегустация блюд занимает одно из первых мест в списке их предпочтений.



85%

путешественников считают, что более экологичные путешествия для них важны или очень важны. **43 % планируют избегать переполненных туристических направлений** (рост на 11 % по сравнению с предыдущим годом)



Продвижение трансграничных маршрутов и туристических кластеров

ТРИ ФЛАГМАНСКИХ МАРШРУТА



Север. маршрут
Шелкового пути



Юж. маршрут
Шелкового пути



Тропа Чингисхана

СЕМЬ ПРИОРИТЕТНЫХ КЛАСТЕРОВ

Сердце Центральной Азии

Каспий

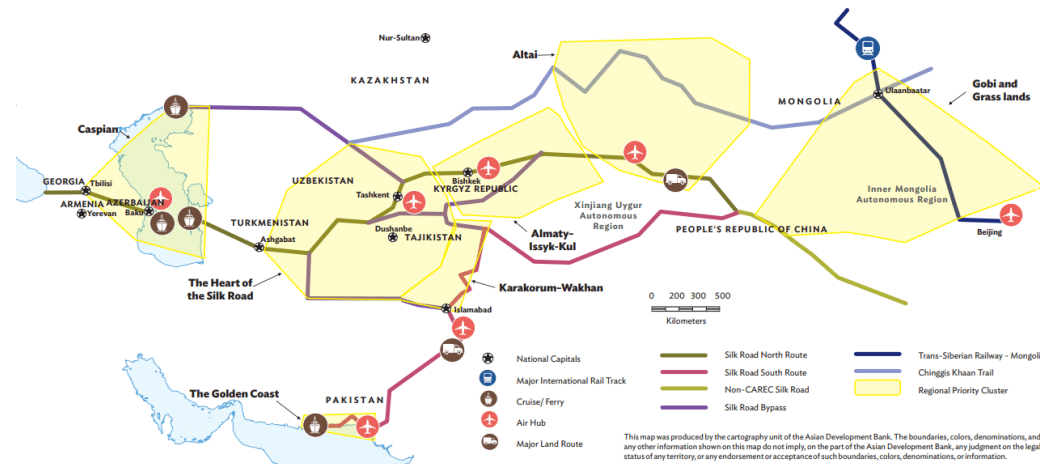
Золотое побережье

Алматы — Иссык-Куль

Каракорум–Вахан

Алтай

Гоби и пастбища



ПРЕДЛАГАЕМЫЕ УЛУЧШЕНИЯ



Интерактивные карты для изучения



Подробные данные для планирования
по каждому маршруту и кластеру



Рубрика, посвящённая операторам и
компаниям

Цель: повысить узнаваемость и превратить кластеры и маршруты в продукты, которые путешественники смогут реально планировать и бронировать.



Практическая информация для путешественников для бесшовного пересечения границы

ПРЕДЛАГАЕМЫЙ ИНТЕРАКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ



Инструмент визовой информации

Путешественники сразу видят визовые требования для каждой страны. Способствует организации поездок по нескольким странам.



Пересечение границ

Четкая и актуальная информация о пересечении границы для иностранных гостей.



Транспортное сообщение

Отметить улучшение транспортного сообщения, позволяющего добраться до этого региона, а также передвигаться как внутри стран, так и между ними.

Потребуется ваша помощь, чтобы убедиться в точности и актуальности этой информации.

Подчеркнуть, насколько открытым и связанным уже является этот регион и насколько легко путешествовать между странами, чтобы способствовать развитию трансграничного туризма.



Подраздел «Учреждения и инвесторы»



Руководство по инвестициям

Руководство по инвестициям в разные страны — всё в одном месте.



Туристические проекты

Перечень региональных проектов и инвестиционные возможности.



Данные и статистика

Региональный хаб данных по туризму демонстрирует рост и открывающиеся возможности.



Публикации

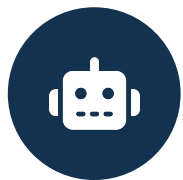
Основные отчеты и информационные материалы.



Связано с повесткой дня в области инвестиционных проектов (Сессии 4–5), и 40 % ваших координаторов просили осветить инвестиционные возможности.



Идеи для Этапа 2: инструменты ИИ и укрепление бренда VSR



Индивидуальный чат-бот VSR

Отвечает на вопросы путешественников о визах, пограничном контроле, маршрутах и направлениях, опираясь на обновлённый контент, а также регулярно обновляет информацию для обеспечения её точности.



ИИ-планировщик маршрутов

Путешественникам предлагаются многострановые маршруты с привязкой к картам и веб-сайтам. Пилотный режим на портале, чтобы подтвердить его применимость для веб-сайтов национальных дестинаций или компаний частного сектора.



Брэнд Visit Silk Road

Выйти за рамки портала, чтобы обеспечить скоординированный региональный маркетинг (B2C + B2B) и укрепить имидж региона как единого туристического направления, что позволит повысить его узнаваемость и стимулировать рост.

Успех второго этапа зависит от качества обновлений и контента, заложенных на первом этапе.

Нам нужны ваши предложения, чтобы обеспечить успех первого этапа и определить приоритетные идеи для второго этапа.



Обеспечение актуальности портала: предлагаемая модель управления

ПРЕДЛАГАЕМЫЙ ЦИКЛ ОБНОВЛЕНИЯ КОНТЕНТА



Ежеквартальный/ полугодовой запрос данных

Краткая анкета, направляемая каждому страновому координатору портала с просьбой предоставить обновленную информацию, сведения о мероприятиях, новых функциях и инвестициях.



Проверка и утверждение

ТА проверяет обновления и дорабатывает отчеты.



Публикация

Администратор сайта АБР публикует обновления.



Ежегодный комплексный анализ

Ежегодная комплексная проверка точности данных, чтобы убедиться, что информация по-прежнему актуальна и обновлена.

КТО ЧТО ДЕЛАЕТ



Рабочая группа по туризму

Отвечает за определение приоритетов, назначение координаторов по portalу и распределение обязанностей по наполнению контентом.



ТА / будущий КОТЦ

Координирует, редактирует и проверяет качество обновлений.



Администратор сайта АБР

Обеспечивает хостинг, техническое обслуживание и публикацию обновлений на портале VSR.

Ценность портала VSR зависит от его последнего обновления. Мы просим вас помочь нам сделать его динамичным ресурсом и главным источником информации о регионе ЦАРЭС как туристическом направлении.



В чем нам нужна ваша помощь



Обновление информации о странах и точках интереса

Корректировки, новые достопримечательности и мероприятия.



Предоставить практическую информацию

Точная информация о визах, пунктах пропуска и транспортном сообщении.



Предоставить ссылки на свои сайты

Национальные, региональные и местные туристические сайты.



Фотографии и графические материалы

Высококачественные фотографии и видео, которые позволяют визуально раскрыть всю красоту региона.



Назначить координатора портала

По одному координатору в каждой стране для проверки и обновления контента.



Помочь нам привлечь частный сектор

Туристические компании, которые помогают путешественникам бронировать поездки за границу.

Портал является общим региональным достоянием. Он сохраняет свою ценность и точно отражает то, что регион может предложить в качестве туристического направления, только в том случае, если он остается актуальным и регулярно обновляется.



Ваши вопросы + обсуждение

- 1 Как вы считаете, в чем заключаются основные пробелы в узнаваемости ЦАРЭС как регионального туристического направления? Какую роль в этом могут сыграть портал и бренд VSR?
- 2 Каковы ваши главные приоритеты в отношении портала VSR? Какие предложения вы можете внести в связи с планируемой модернизацией (Этап 1 и Этап 2)?
- 3 Что вы думаете о предложенной модели управления? Как часто будет обновляться контент? Можете ли вы назначить координатора по работе с порталом?
- 4 Насколько важно укреплять бренд Visit Silk Road? Каковы приоритетные направления деятельности?