



# Торговый и потребительский маркетинг: Нахождение баланса

Программа Центральноазиатского  
регионального экономического  
сотрудничества (ЦАРЭС)

Май 2024 г.

Фотография@ Visit  
Kyrgyz

# Программа



01

Новый фокус на организации по маркетингу туристических направлений (OMTN) и базовый потребительский цикл

02

Использование модели «путь к покупке» (P2P), ориентированной на каналы продаж, для обеспечения потребительского и торгового баланса

03

Практические инструменты для аудита существующего и планирования будущего контента



# 01.

Новый фокус на организации по маркетингу туристических направлений (ОМТН) и базовый потребительский цикл



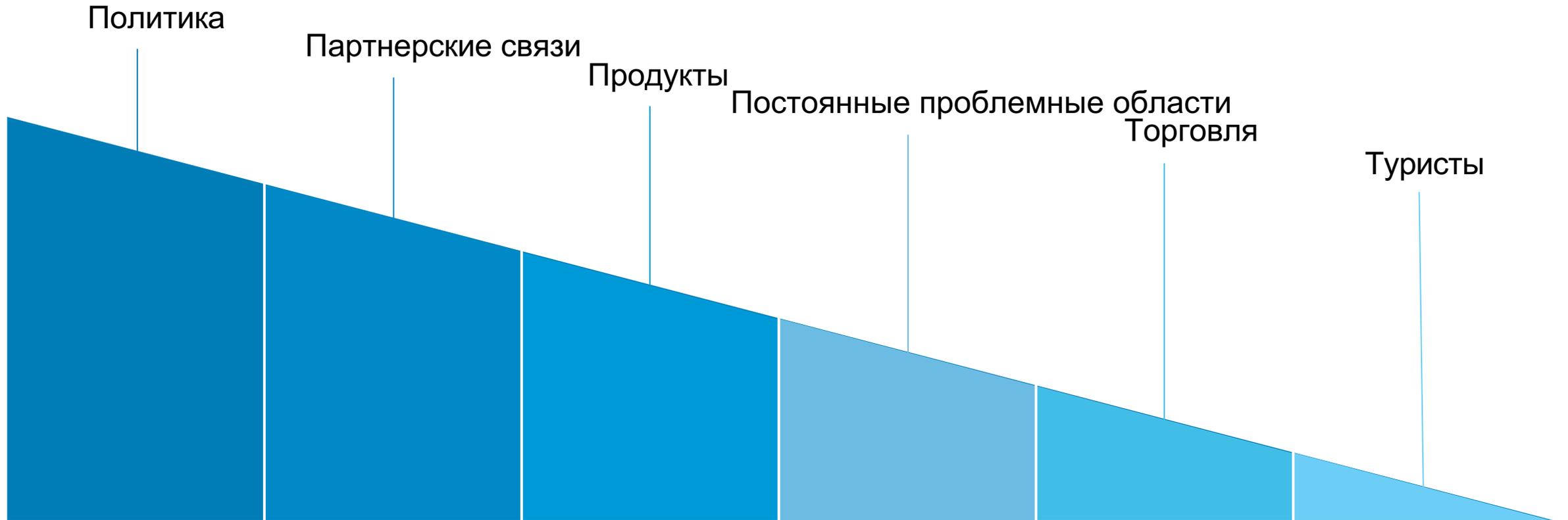
Фотография@ Kazakhstan Travel





Куда ОМТН больше  
всего вкладывают  
**времени и денег?**

# Куда ОМТН больше всего вкладывают времени и денег?



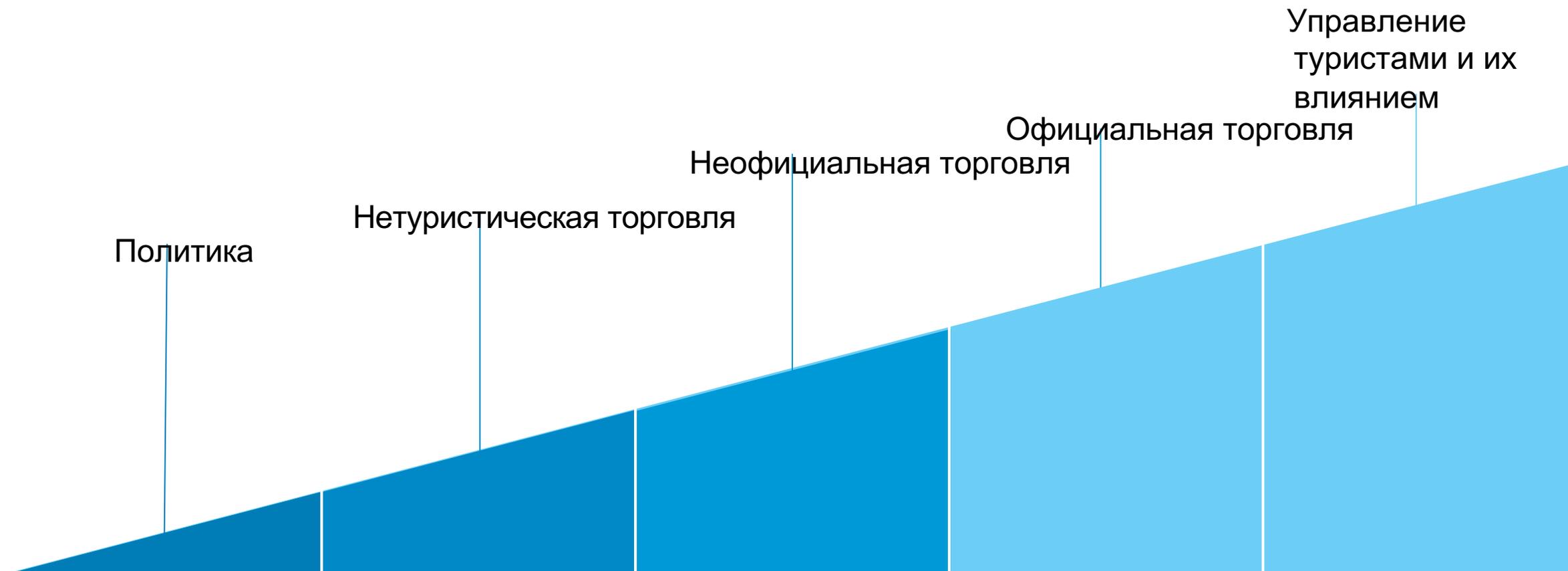
Программа Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС)





# Формирующаяся модель будущего

# Модель будущего с цифровыми ВОЗМОЖНОСТЯМИ



Программа Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС)





# 02.

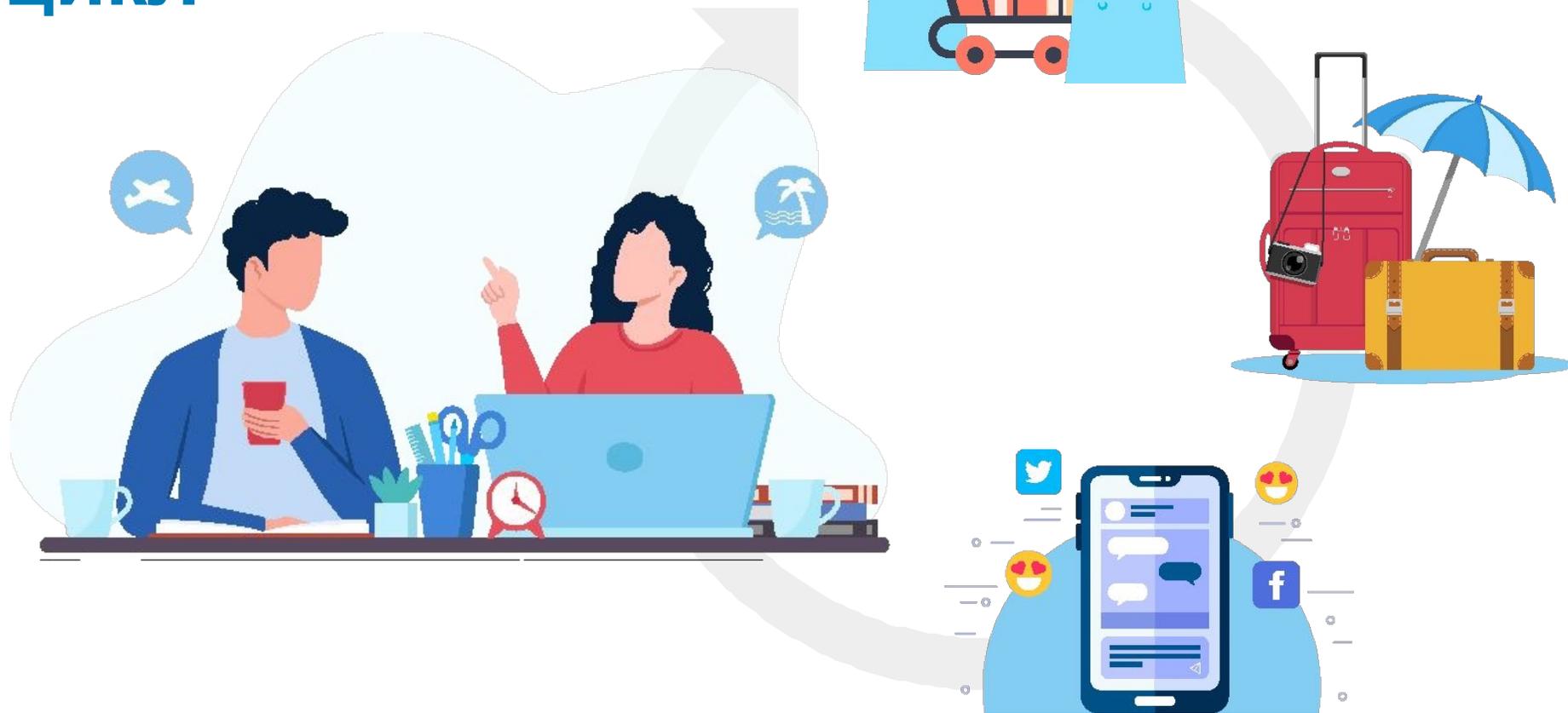
## Использование модели «путь к покупке» (P2P), ориентированной на каналы продаж, для обеспечения потребительского и торгового баланса



Фотография@ Azerbaijan Travel



# Базовый потребительский цикл

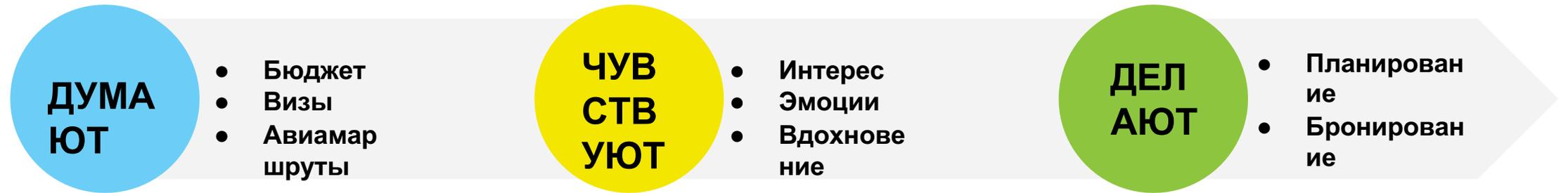


Программа Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС)

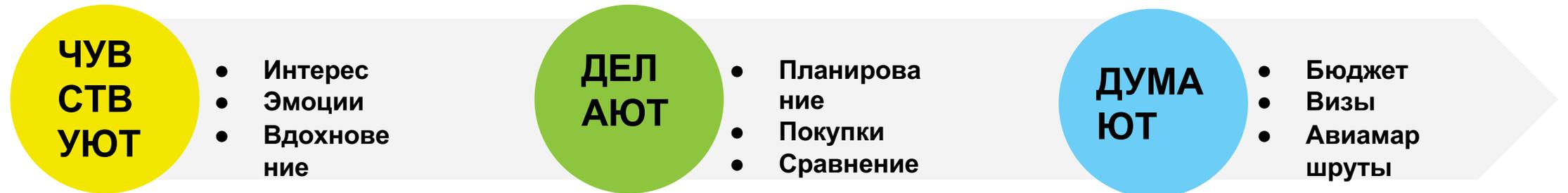


# Ожидания в сравнении с реальностью

Что OMTN считают по поводу того, как клиенты думают и действуют:



Reality





# Внедрение цифровых технологий для **развития каналов** **и контента**

Программа Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС)



# Составление карты «Путь к покупке» (P2P)

Использование исходной модели, ориентированной на канал, в качестве базовой



©2020 Туристическая ассоциация стран Азии и Тихого океана. Все права защищены. Никакая часть данной публикации не может быть полностью или частично использована без письменного разрешения издателя.

Программа Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС)

[www.PATA.org](http://www.PATA.org)







# Определение цели контента

Категории можно использовать для создания контент-плана с указанием источников контента и партнеров, а также системы маркировки, которая будет применяться при формировании, управлении и публикации контента:

**Вдохновляющий:** Контент в социальных сетях, видео, фотографии, интернет-СМИ, реклама CPI (цена за установку), (впечатления)

**Информативный:** Социальные сети, сайты о туристических направлениях, обзоры, прямые трансляции, поиск, реклама CPI (цена за установку), (впечатления)

**Практический:** поиск, сайты для ведения торговли, торговый контент, метапоиск (сравнение цен), приложения для обмена сообщениями, совместный маркетинг через рекламы CPC (цена за переход по ссылке на сайт рекламодателя)

**Функциональный:** Системы бронирования, интернет-бюро путешествий, авиакомпании, электронная коммерция, системы бронирования авиабилетов, реклама CPC (цена за переход по ссылке на сайт рекламодателя), совместный маркетинг

**Общепользовательский:** Социальные сети, сервисы на основе местоположения, метки, регистрации, Мобильные приложения, ID-маркетинг («в пункте назначения»)

**Амбассадор:** #Социальная агрегация, Обзоры, Социальные сети, Интернет-СМИ/PR, Нативный контент



# Составление карты «Путь к покупке» (P2P)

Соотнесите контент с этапом путешествия и аудиторией



©2020 Туристическая ассоциация стран Азии и Тихого океана. Все права защищены. Никакая часть данной публикации не может быть полностью или частично использована без письменного разрешения издателя.

[www.PATA.org](http://www.PATA.org)

Программа Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС)

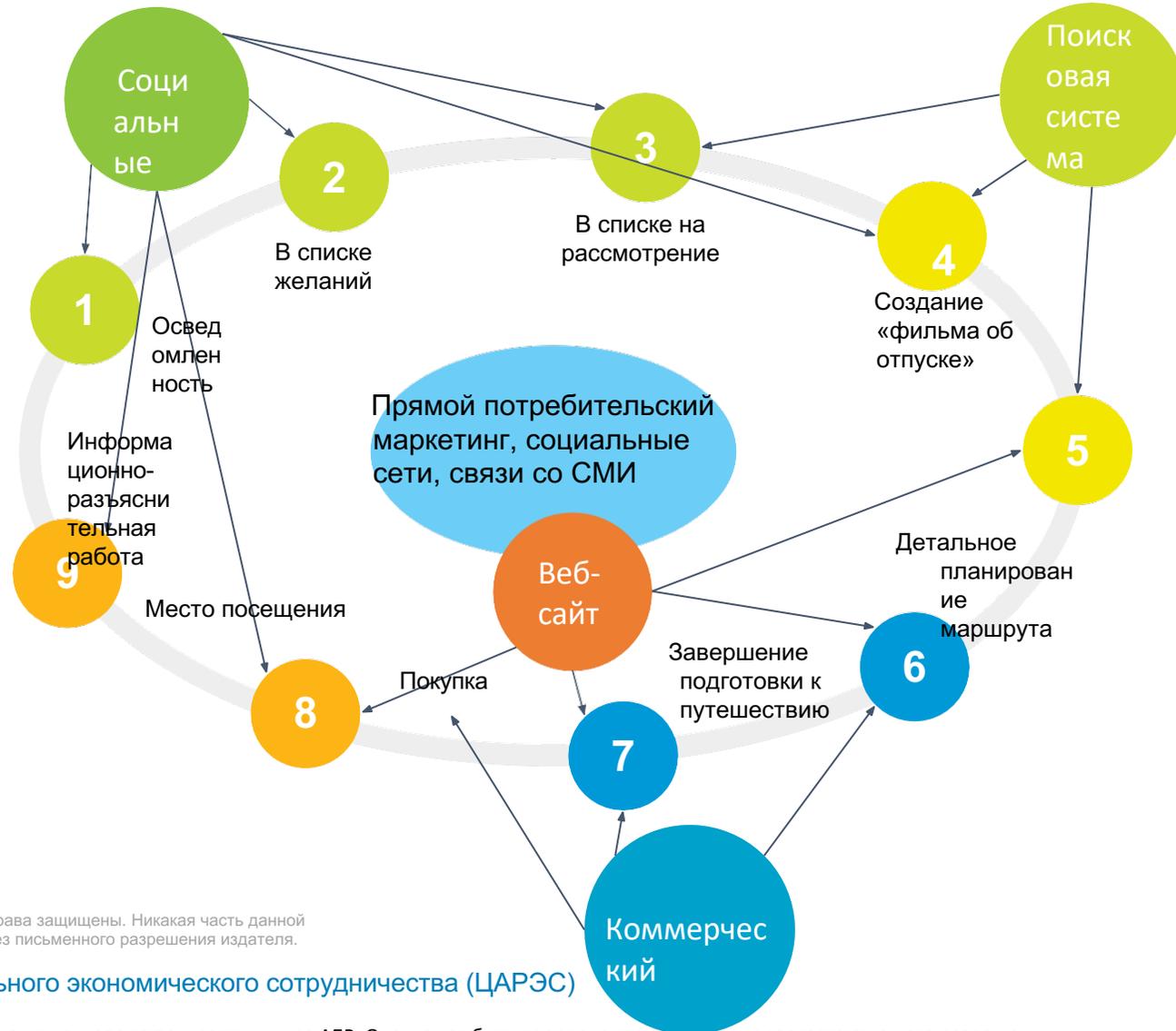


Для ВНУТРЕННЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ. Данная информация доступна для руководства и сотрудников АБР. Она может быть передана другим лицам с соответствующего разрешения.



# Целенаправленность и ВЗАИМОСВЯЗНОСТЬ

Взаимодействие будет происходить в разных местах и должно быть соответствующим образом связано.



©2020 Туристическая ассоциация стран Азии и Тихого океана. Все права защищены. Никакая часть данной публикации не может быть полностью или частично использована без письменного разрешения издателя.

Программа Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС)

[www.PATA.org](http://www.PATA.org)



Для ВНУТРЕННЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ. Данная информация доступна для руководства и сотрудников АБР. Она может быть передана другим лицам с соответствующего разрешения.

# 03.

## Практические инструменты для аудита существующего и планирования будущего контента



Фотография @ Pakistan Tourism Development Corporation



# Модель для разработки и управления контентом



Фотография@ Visit

Kyrgyz

Программа Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС)

Первый шаг - просмотреть весь доступный контент, который требуется ОМТН, и контент, к которому у нее есть доступ, и сгруппировать его по трем направлениям:

A.

**Контент, который нужен и востребован посетителями:** Это может быть определено на основе данных маркетинговых исследований, популярного контента на сайте туристического маршрута А, контент, запрашиваемый потенциальными посетителями и СМИ, а также по показателям социальных сетей. *and the media and by social media trends.*

**Existing Content:** Content available and accessible to the OMTN . This means content produced, stored and managed in house

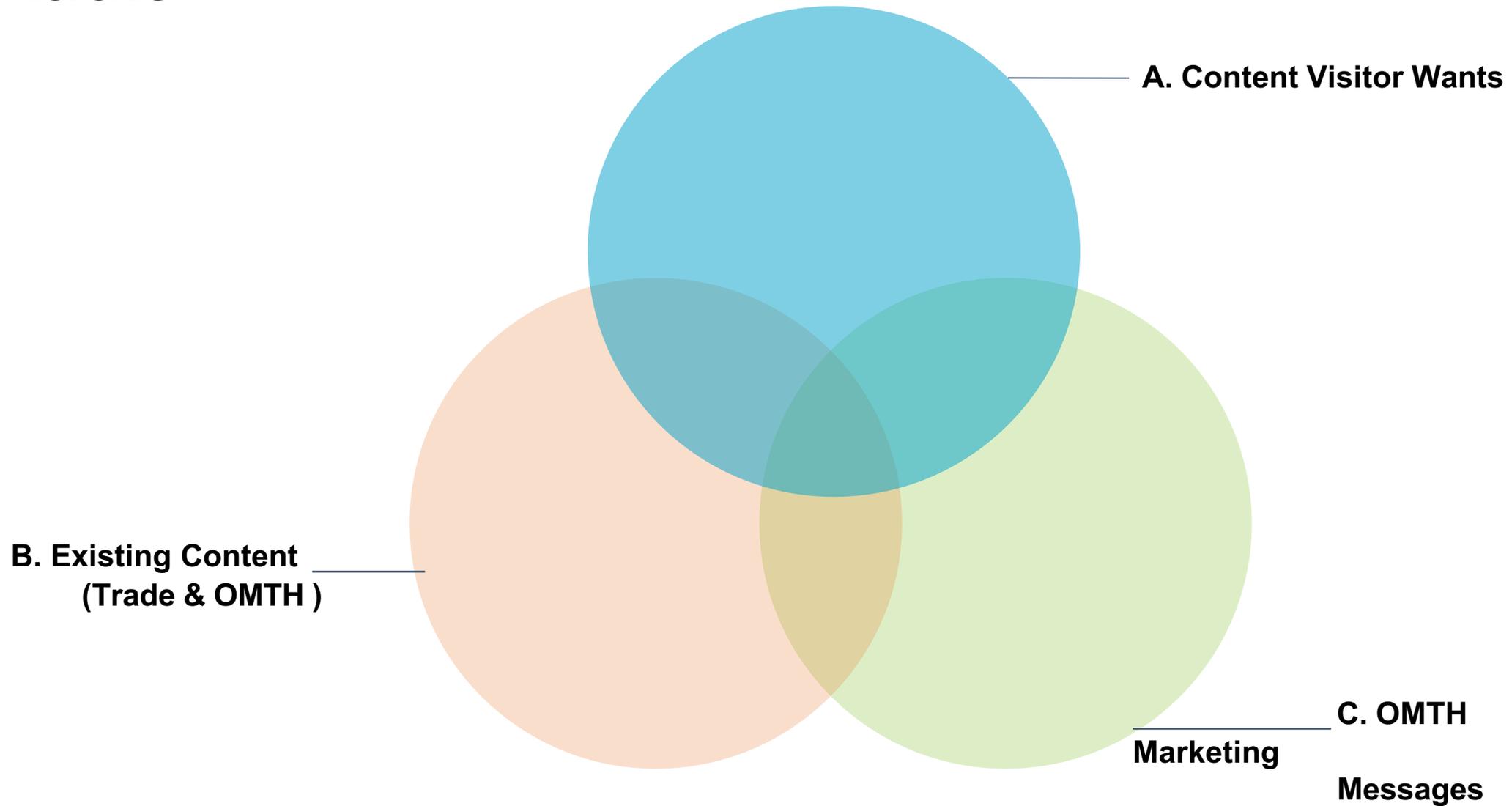
B.

**OMTN Marketing Messages:** Key messages and strategic campaign messages that define the brand and destination according to policies, that may be directed by official policy, plans and statements.

C.

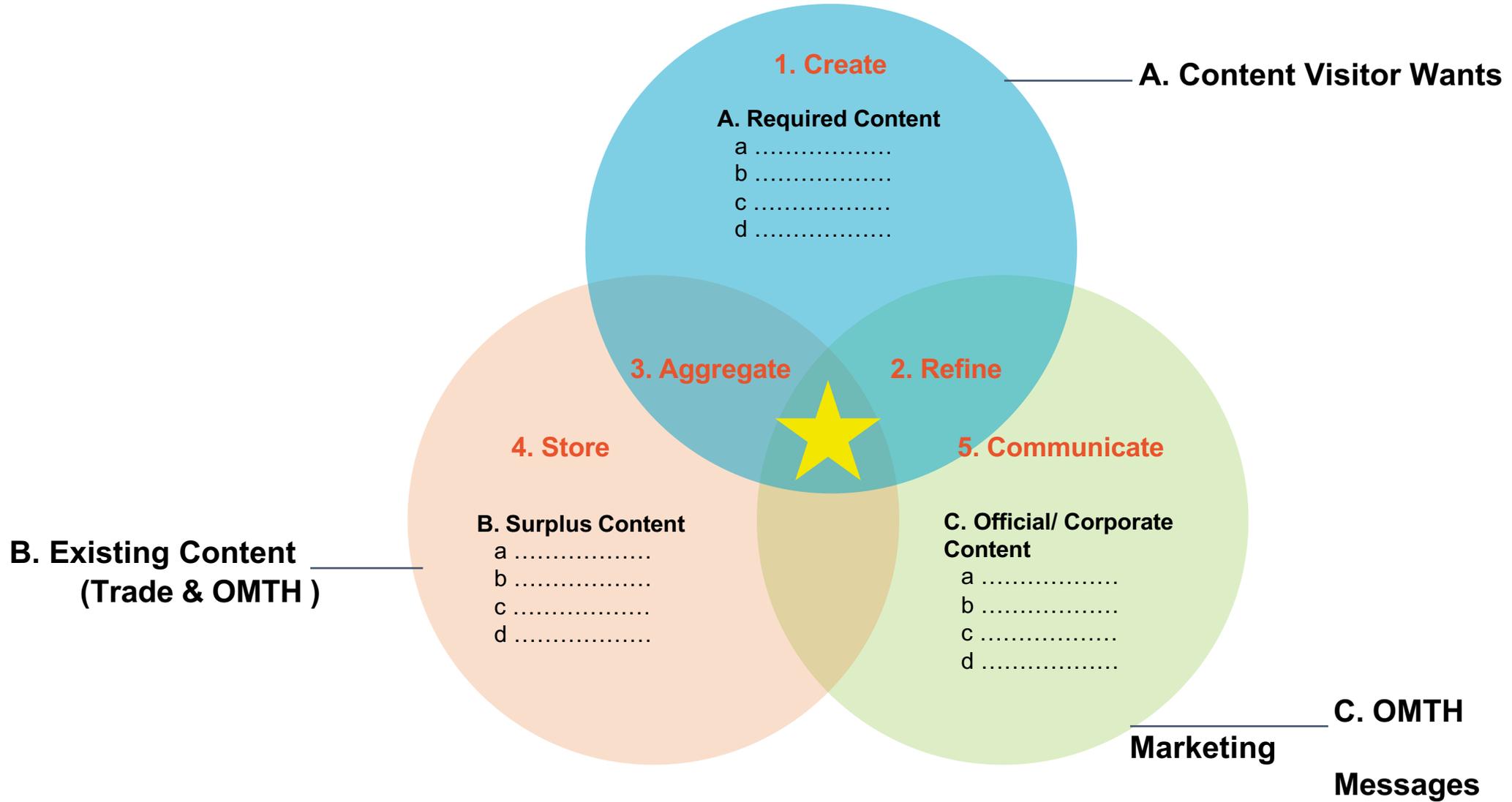


# Audit





# Prioritized Action



# Simple & Effective Tools



CATEGORY	DESCRIPTION	MEDIA TYPE	SOURCE	STORAGE
A. Required Content				
B. Surplus Content				
C. OMTH Messages				
AB Existing Content that is needed by visitors				
BC Existing Content Aligned with OMTH messaging				
AC OMTH messages that meet visitor needs and interests				
ABC Existing Content that meets both visitor needs and OMTH messaging				



With the content table now formed,  
it becomes a resource for creating  
an action plan to develop a content  
management system accessible by  
the trade to enable effective digital  
**content marketing.**



# Summary



Фотография@ Georgia  
Travel



# Key Points



01

Map a realistic channel-driven Path to Покупка (P2P) Model based on Actual User behavior to discover existing balance

02

Work with the trade to map key handoff points of the P2P between the public and private sector

03

Create, aggregate, and make available content for targeted audiences at each stage of the P2P

# Спасибо

---

**Тревор Велтман**  
**(Trevor Weltman)**

Партнер, Clickable Impact



[trevor.weltman@clickableasia.com](mailto:trevor.weltman@clickableasia.com)



[www.clickableasia.com](http://www.clickableasia.com)