



**Intourist**  
Санкт-Петербург



# Разработка PR-кампании по продвижению туристических услуг (на примере туроператора «НТК ИНТУРИСТ»)

Выполнила ФИО

*Мир — это книга,  
и тот, кто не путешествует,  
читает лишь одну ее страницу.*



*Разработка PR-кампании по  
продвижению туристических  
услуг (на примере  
туроператора «НТК  
ИНТУРИСТ»)*

*Выполнила ФИО*



## ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

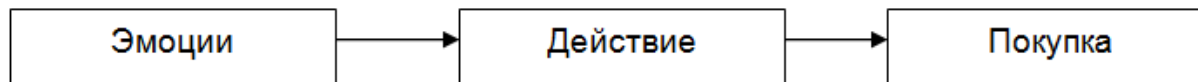
### Задачи исследования

- 1) рассмотреть теоретические аспекты PR-продвижения туристических услуг на рынке;
- 2) выявить особенности рынка туристических услуг в Санкт-Петербурге;
- 3) осуществить анализ PR продвижения туристических услуг на примере туроператора «Национальная туристическая компания ИНТУРИСТ»;
- 4) предложить рекомендации по совершенствованию PR продвижения туристических услуг.



## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ PR – КАМПАНИИ

| Название этапа                 | Содержание деятельности                                                                                                                                        |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Подготовительный этап          | Получение заказа (задания), исследование проблемы, исследование аудитории, составление медиа-карты, создание рабочей группы.                                   |
| Этап планирования              | Постановка целей и задач PR-кампании, планирование основных событий, определение наиболее эффективных PR-средств, разработка медиа-плана, составление бюджета. |
| Этап реализации и коммуникации | Контроль и учет, внесение оперативных корректив в рабочий план, преодоление проблем коммуникации и организации событий.                                        |
| Заключительный этап            | Составление отчета, пресс-клиппинг, оценка эффективности, определение перспективности продолжения работы.                                                      |





## СПЕЦИФИКА PR - ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Телепередачи и  
радиотрансляции

Пресс-релизы

Участие в  
мероприятиях

Спонсорство

Выставки

Рекламные туры

Интернет

PR-инструменты



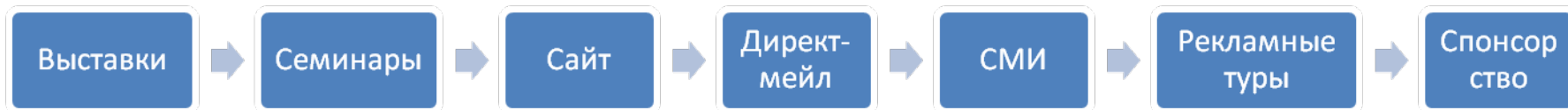
# АНАЛИЗ PR-АКТИВНОСТИ КОМПАНИИ «НТК ИНТУРИСТ»

## Миссия

развитие цивилизованного рынка туристического бизнеса в России соответствующего международным стандартам. А также предоставление качественного отдыха по доступным ценам.

## Ценности

поддержание репутации надежной и опытнейшей компании, ставшей частью российской истории. «Интурист», как бренд, возлагает особую ответственность перед клиентами, сотрудниками, партнерами, инвесторами и акционерами.

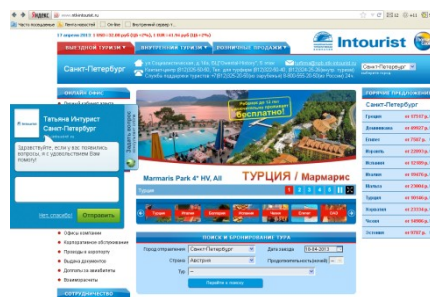


## ПРИМЕНЯЕМЫЕ PR-ИНСТРУМЕНТЫ



INTERNATIONAL  
TRAVEL FORUM

# АНАЛИЗ PR-АКТИВНОСТИ КОМПАНИИ «НТК ИНТУРИСТ»



## «НТК Интурист» впервые открывает продажу туров во Францию и Германию из Москвы

Пресс-служба НТК Интурист впервые объявила продажу туров во Францию и Германию из Москвы. По словам руководителя пресс-службы, это позволит клиентам выбрать оптимальный маршрут.

Для начала во Францию (Париж) «НТК Интурист» предлагает воспользоваться услугами авиакомпании «Аэрофлот», из России в Германию (Берлин) — рейсами авиакомпании «Сибирь». Также можно выбрать рейсы «Аэрофлота», «Сибиряка» или «Восточного Экспресса». В зависимости от авиакомпании и маршрута можно выбрать город: Париж, Берлин, Мюнхен, Дортмунд или Дюссельдорф. Есть возможность комбинировать билеты.

«НТК Интурист» предлагает клиентам и дополнительные услуги: трансфер, страховку, визовую поддержку, а также возможность заказать билеты на самолеты и поезда. Это позволит клиентам выбрать оптимальный маршрут и сэкономить деньги.

«НТК Интурист» предлагает клиентам и дополнительные услуги: трансфер, страховку, визовую поддержку, а также возможность заказать билеты на самолеты и поезда. Это позволит клиентам выбрать оптимальный маршрут и сэкономить деньги.

На сегодняшний день в продаже у туроператора есть экскурсионные туры по обоим направлениям. Программные туры можно заказать на любой срок: от 1 до 14 дней. Также можно заказать туры на выходные и праздники. Это позволит клиентам выбрать оптимальный маршрут и сэкономить деньги.

В перспективе «НТК Интурист» планирует развивать данные направления за счет использования онлайн-оплаты и системы онлайн-бронирования. Это позволит клиентам выбрать оптимальный маршрут и сэкономить деньги.

По информации пресс-службы НТК Интурист



Выставки

Семинары

Сайт

Директ-мейл

СМИ

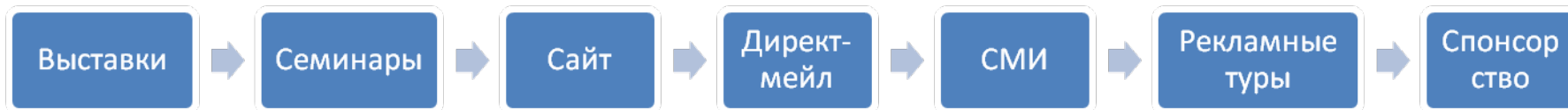
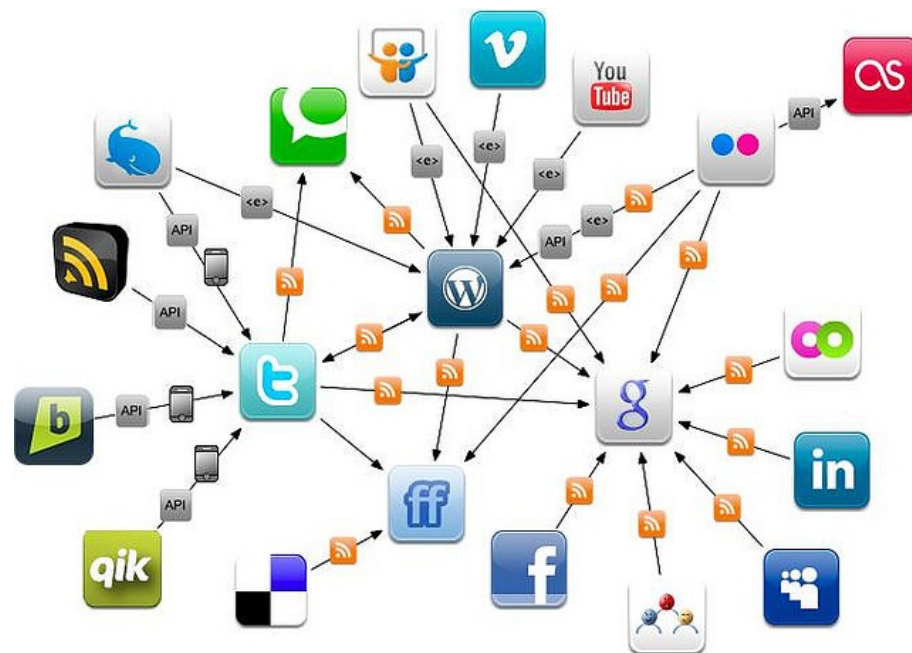
Рекламные туры

Спонсорство

## ПРИМЕНЯЕМЫЕ PR-ИНСТРУМЕНТЫ

# АНАЛИЗ PR-АКТИВНОСТИ КОМПАНИИ «НТК ИНТУРИСТ»

- В полной мере используются существующие каналы.
- Недостаточная представленность компании в социальных сетях: Вконтакте, на Фейсбуке, на ЮТУБЕ в Инстаграме.



## ПРИМЕНЯЕМЫЕ PR-ИНСТРУМЕНТЫ

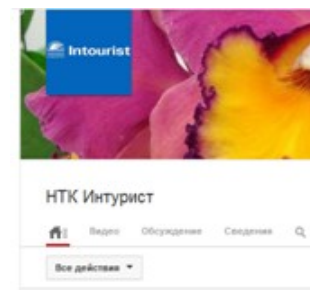
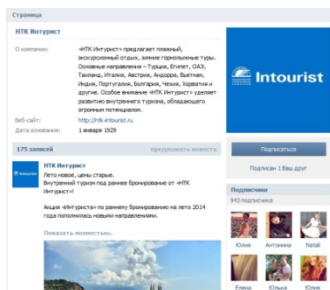
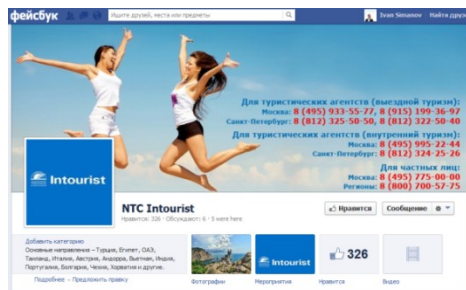


INTERNATIONAL  
TRAVEL FORUM



# PR-КАМПАНИЯ «НТК ИНТУРИСТ» В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

| Социальная сеть | Аудитория схожих сообществ | Существующая аудитория ИНТУРИСТ | Ожидаемая аудитория ИНТУРИСТ |
|-----------------|----------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| Вконтакте       | 100 000 - Aviasales.ru     | 908                             | 30 000                       |
| Фейсбук         | 56 500 - Aviasales.ru      | 314                             | 20 000                       |
| ЮТУБ            | Нет лидера                 | 4                               | 10 000                       |
| Инстаграм       | 5 000 - Aviasales.ru       | 0                               | 10 000                       |
| Одноклассники   | 826 - Aviasales.ru         | 0                               | 10 000                       |
| Твиттер         | 8 000 - Aviasales.ru       | 440                             | 15 000                       |



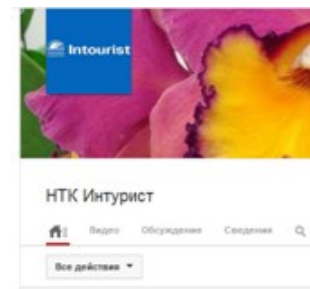
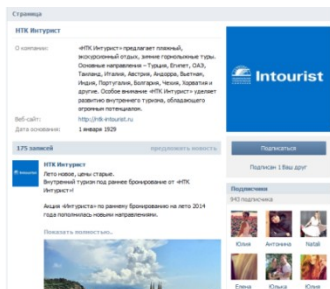
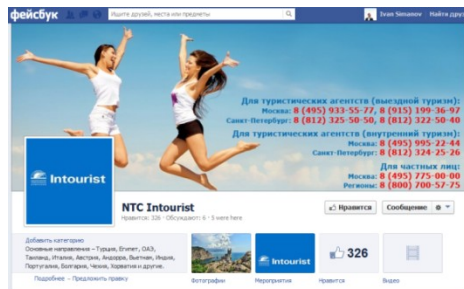


INTERNATIONAL  
TRAVEL FORUM



# РАЗРАБОТКА PR-КАМПАНИИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

| Кандидат | Опыт<br>работы,<br>лет | Бюджет, руб/месяц | Положительные<br>отзывы на сайте и в<br>Интернете | Ожидаемый результат прироста<br>посетителей, % |
|----------|------------------------|-------------------|---------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Фирма 1  | 5                      | 60 000            | +                                                 | 90%                                            |
| Фирма 2  | 7                      | 100 000           | +                                                 | 100%                                           |
| Фирма 3  | 4                      | 40 000            | +                                                 | 75%                                            |
| Фирма 4  | 2                      | 70 000            | -                                                 | 50%                                            |
| Фирма 5  | 3                      | 50 000            | -                                                 | 75%                                            |





# РАЗРАБОТКА PR-КАМПАНИИ ПО

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| Статья расходов                   | Сумма, руб |
| Ежемесячный бюджет на продвижение | 40 000     |

|                                              | Месяц |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----------------------------------------------|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Этап                                         | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1. Выбор исполнителя                         |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 2. Утверждение плана кампании                |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 3. Оптимизация существующих групп, редизайн. |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 4. Активная фаза кампании                    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 5. Отчет                                     |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 6. Внедрение корректирующих мероприятий      |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |



*Разработка PR-кампании по  
продвижению туристических  
услуг (на примере  
туроператора «НТК  
ИНТУРИСТ»)*

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**