

Маркетинг в сфере туризма (на примере ООО «Фиеста Групп»)

Выполнила Васильева Ольга Сергеевна





Цель, задачи

Цель

Разработка маркетинговой программы для туристской фирмы «Фиеста Групп».

Задачи

1. Изучить и проанализировать литературу и статистические данные по данной проблеме;
2. Определить особенности туристского маркетинга на основе анализа туристского рынка;
3. Проанализировать применение маркетинговых технологий в туристской практике;
4. Разработать маркетинговый проект для турфирмы «Фиеста Групп».

Теоретические основы маркетинга в сфере туризма

Экономическое содержание туризма:

Обладает
потребительской и
меновый стоимостью

Комплексное
туристское
обслуживание

Сфера распределения и
использования ограниченных
туристских ресурсов

В системе туризма выделяют:

формирование
туристских
потребностей

производство
отдельных
туристских
услуг

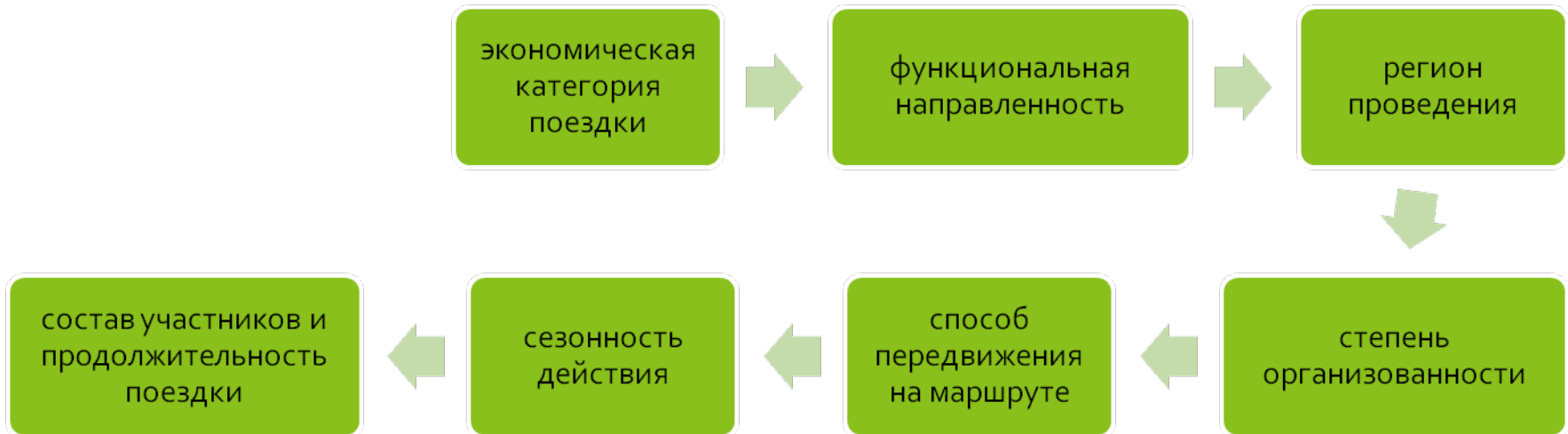
формирование
и реализация
туристского
продукта

потребление
туристского
продукта



Классификация видов туризма

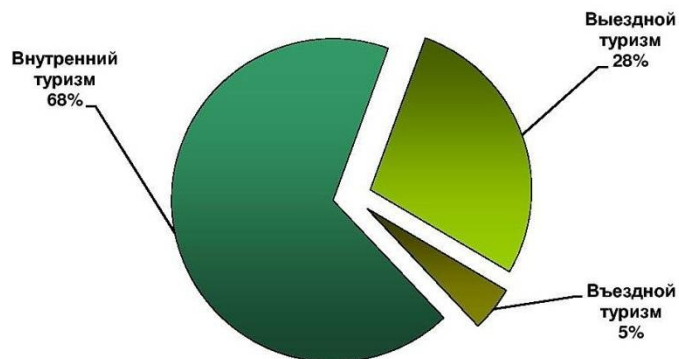
Основные классификационные признаки туризма:



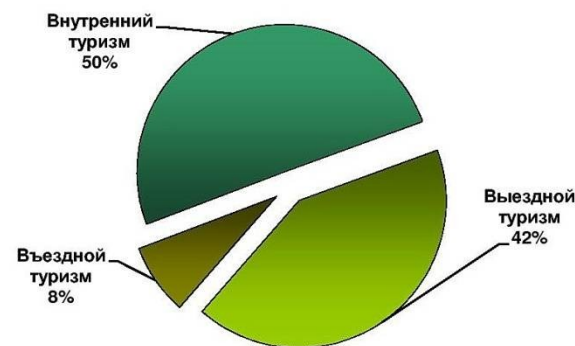
Развитие рынка туристских услуг в России

Структура российского рынка туристических услуг

Количество туристов



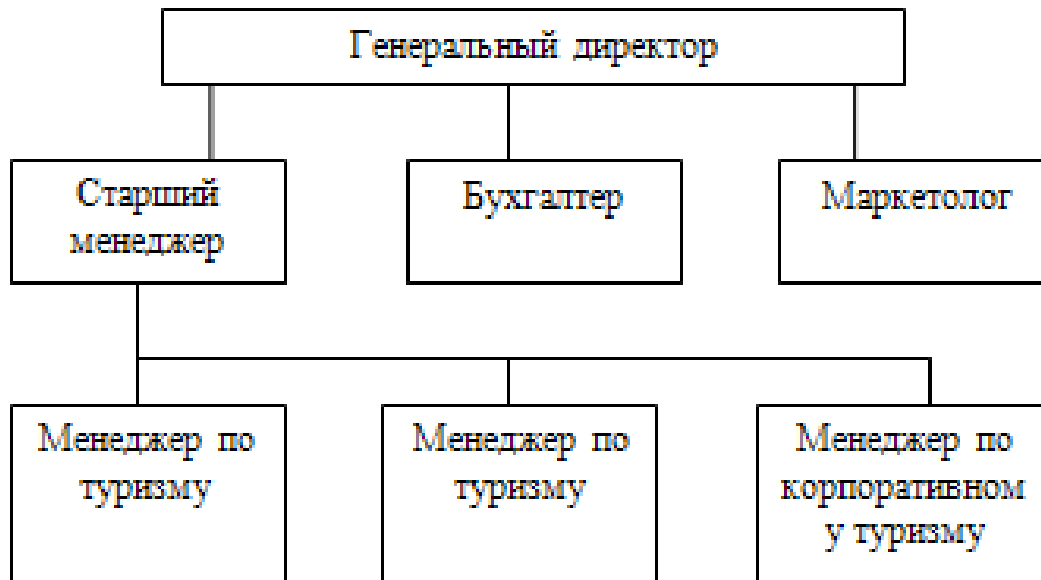
Стоимостное выражение



В структуре российского туристического рынка были выделены следующие основные сегменты:

1. Выездной туризм – **379** млрд. руб. (**12,5** млрд. долл.)
2. Въездной туризм – **70** млрд. руб. (**2,3** млрд. долл.)
3. Внутренний туризм – **453** млрд. руб. (**14,9** млрд. долл.)

Анализ деятельности ООО «Фиеста Групп»



Организационная структура ООО «Фиеста Групп»

1. Поиск и выбор партнера по работе, заключение с ним договора.

2. Выход с новыми предложениями на рынок.

3. Клиент, заинтересовавшись предложением компании «Фиеста Групп», приходит в фирму и заявляет о потребности приобрести тур.

4. Подача заявки на бронирование тура или оформление листа бронирования туристическим агентством.

5. Выставление счета туроператором на оплату тура.

6. Оплата путевки клиентом.

7. Оплата счета бухгалтером происходит безналичным расчетом через банк.

8. Оформление необходимых документов для

SWOT анализ ООО «Фиеста Групп»

Сильные стороны	Возможности
• Компетентность в ключевых вопросах. • Работа с некоторыми санаториями и турбазами напрямую. • Специализация по географическому направлению. • Узнаваемость на туристическом рынке. • Большой профессионализм и опыт сотрудников. • Широкий ассортимент услуг. • Прием иностранцев.	• Возможность быстрого развития в связи с резким ростом спроса на рынке. • Способность выйти на новые рынки. • Ослабленные позиции фирм-конкурентов. • Появление новых технологий.
Слабые стороны	Угрозы
• Менее интенсивная реклама. • Неудобное месторасположение офиса. • Туристическое агентство по зарубежным турам.	• Выход на рынок конкурентов с более уникальным предложением. • Растущая требовательность покупателей и поставщиков. • Медленный рост рынка.



SWOT матрица ООО «Фiesta Групп»

Фiesta Групп

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	•Увеличить прием иностранных граждан. •Способность выйти на новые рынки: - новые направления по России; - группы населения; - новые туристические продукты.	•Создание препятствий конкурентами при выходе на новые рынки. •Выход на рынок конкурентов с более уникальным предложением.
Слабые стороны	•Развить туроператорскую деятельность по зарубежному отдыху •Возможность быстрого развития в связи с ростом спроса на рынке. •Обновление рекламы. •Открытие новых офисов, расширение деятельности.	•Сложность в привлечении новых клиентов. •Растущая требовательность покупателей и поставщиков. •Необходимость преодоления барьеров при развитии туроператорской деятельности по зарубежному отдыху

Совершенствования маркетинга в ООО «Фиеста Групп»

Для ООО «Фиеста Групп» программа маркетинга на 2014 год включает:

1. Поиск новых туроператоров, как отечественных, так и зарубежных.
2. Проведение активной рекламной кампании в 2014 г.
3. Рекомендуется постоянное участие на различных выставках.
4. Формирование отдельной группы путешествий по низким ценам, потому что согласно проведенному опросу потребителей, потребность в этом существует.
5. Активное расширение деятельности в секторе корпоративного туризма.
6. Использование абсолютно всех социальных сетей для привлечения новых клиентов.



Совершенствования маркетинга в ООО «Фиеста Групп»

1. Расширение влияния и присутствия компании во всех социальных сетях: facebook.com, livejournal.ru, odnoklassniki.ru, vkontakte.ru и twitter.ru.
2. Реструктуризация сайта компании
3. Активное использование Яндекс директ.
4. Партнерская программа.

Расходы на маркетинг в 2014 году в ООО «Фиеста Групп»

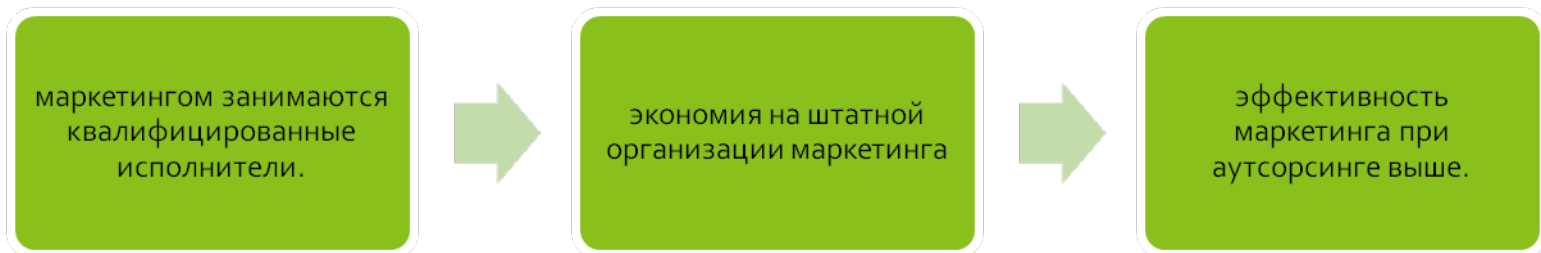
Цель	Сумма
Реструктуризация сайта компании	6 000 р.
Буклеты для партнерской программы	10 000 р.
Реклама в Яндекс директ	8 000 р.
Итого:	24 000 р.



Совершенствования маркетинга в ООО «Фиеста Групп»

Аутсорсинг (outsourcing, “заимствование ресурсов из вне”) — выполнение сторонней организацией определённых технологических задач или бизнес-процессов, обычно не являющимся профильными для компании, но необходимые для полного функционирования её бизнеса

Основные преимущества аутсорсинга маркетинга:



Маркетинг в сфере туризма (на примере ООО «Фиеста Групп»)

Выводы...

