



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Схема за безвъзмездна финансова помощ BG161PO001/3.3-01/2008 „Подкрепа за ефективен национален маркетинг на туристическия продукт и подобряване на информационното обслужване” по проект BG161PO001/3.3-01/2008/001-1 "Маркетингови проучвания и оценка на ефективността на националния маркетинг“

Проучвания на десет генериращи пазара

Ключови резултати от доклад "ГЕРМАНИЯ"

Възложител: Министерство на икономиката, енергетиката и туризма

Изпълнител: Консорциум АТЦ Консултанти, ИПК Интернешънъл и Кавангард ЕООД



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Задача на изследването

Провеждане на обширно пазарно проучване и изготвяне на стратегии за маркетинг на туристическия продукт за десет важни генериращи пазари за българския туризъм

Румъния

Гърция

Германия

Великобритания

Русия



Турция

Сърбия

Чехия

Украйна

Швеция



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Изследователската програма и метод на изследването

За всеки един от десетте пазара бяха проведени пет изследователски стъпки:

Обширно изследване на туристическото търсене и поведението на пътуващите
базирано на European / World Travel Monitor® на ИПК

Качествено изследване сред потребители
базирано на 23 фокус групи, включващи около 210 участника

Проучване сред туристическия бранш
базирано на 110 интервюта с чуждестранни туроператори

Проучване сред медии и журналисти
базирано на 65 интервюта с чуждестранни журналисти, които пишат за туризъм

Изследване на реални и потенциални туристи
базирано на количествени изследвания сред населението с общо 14,500 потребители



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

В обхвата на изследването бяха изготвени десет доклада за отделните страни, всеки доклад включва:

- задълбочен анализ на всички резултати от изследванията;
- заключения и SWOT анализ,
- препоръки и стратегии за маркетинг на туристическия продукт за всеки пазар.

В допълнение беше изготвен Окончателен доклад, предоставящ преглед на всичките десет пазара в сравнение.

По-долу са представени най-важните резултати от доклада за "ГЕРМАНИЯ".



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Най важните резултати и маркетингови насоки за

“ПАЗАР ГЕРМАНИЯ”

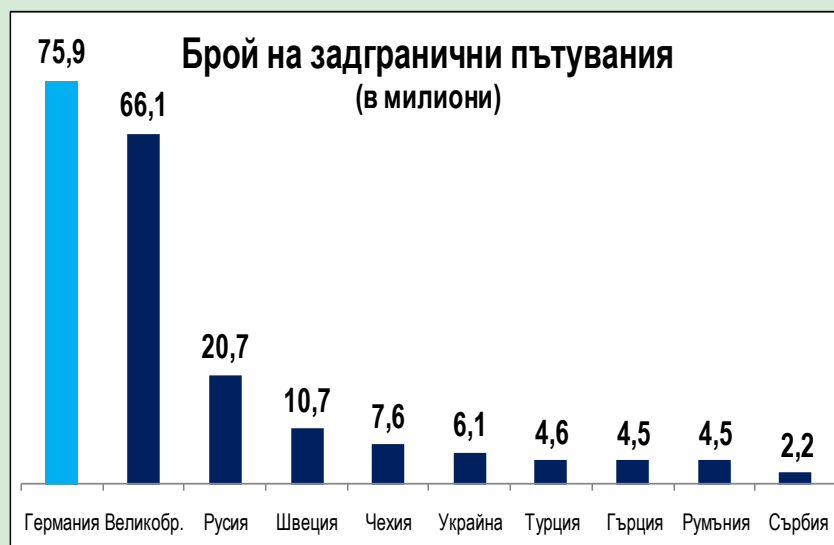


Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

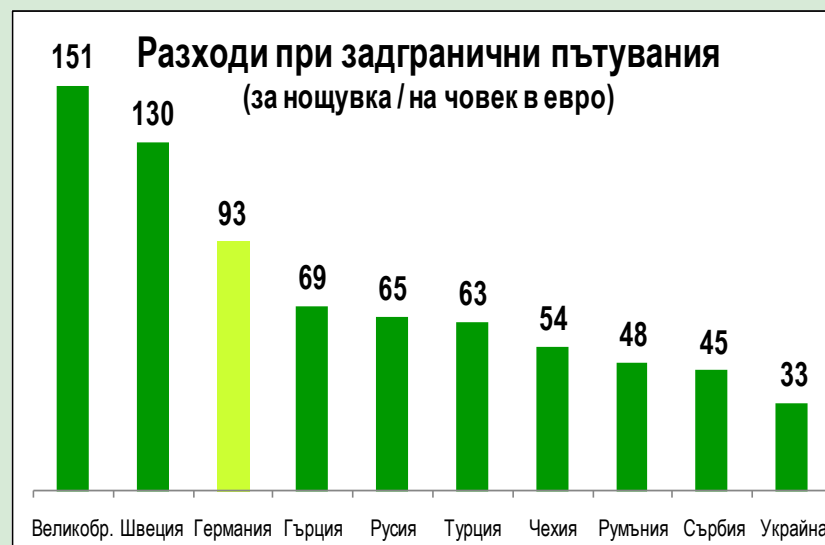
Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Обем на задграничните пътувания и разходи при пътуване



Източник: European/World Travel Monitor® 2008, ИПК Интернешънъл



Източник: European/World Travel Monitor® 2008, ИПК Интернешънъл

➤ **ГЕРМАНИЯ** е най-големият генериращ пазар на задгранични пътувания в света, с 76 милиона задгранични пътувания годишно...

➤ ... и е пазар с високи разходи при пътувания в чужбина, с 93 евро за нощувка и на човек.

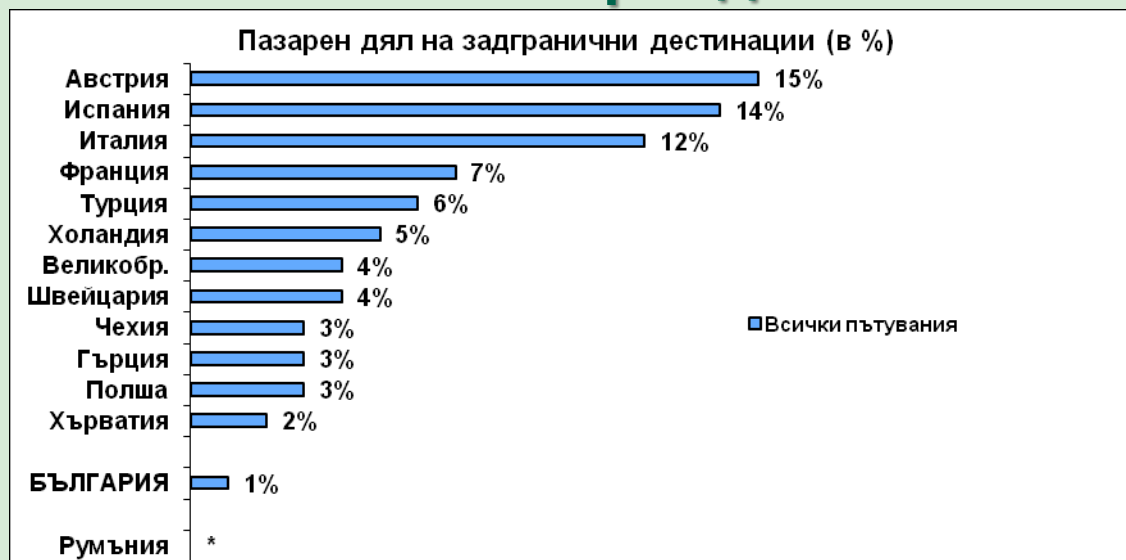


Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Основни дестинации за задгранични пътувания за немските граждани



Източник: European/World Travel Monitor® - Германия 2008, ИПК Интернешънъл

*= по-малко от 0.5%

- Най-посещаваните задгранични дестинации от немските граждани са Австрия и Испания, с дял от 15%, съответно 14%.
- В сравнение с тях, 6% от пътуванията са реализирани до Турция, 3% до Гърция и 1% до България.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Основни видове задгранични почивки за немските граждани



Източник: European/World Travel Monitor® - Германия 2008, ИПК Интернешънъл

- Най-важният вид задгранична почивка за немските граждани, с дял от 40%, е почивката на море.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

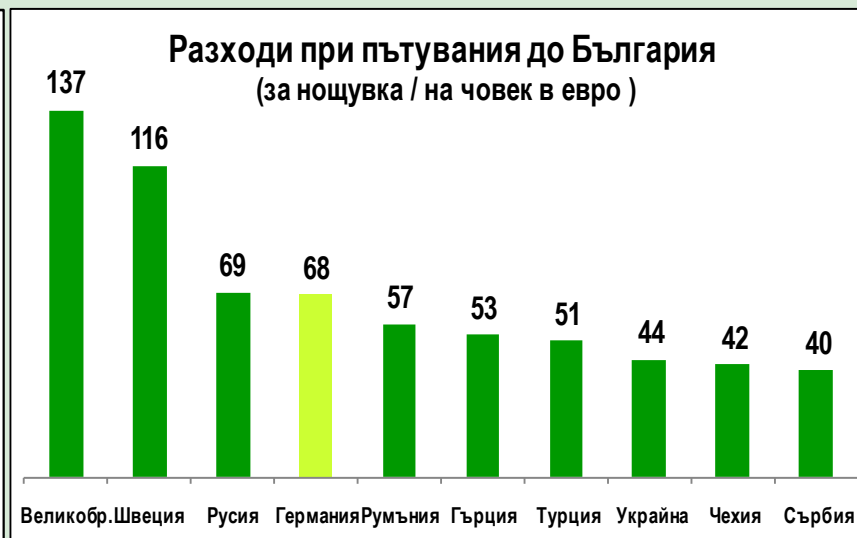
Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Настояща пазарна позиция на България



Източник: European/World Travel Monitor® 2008, ИПК Интернешънъл



Източник: European/World Travel Monitor® 2008, ИПК Интернешънъл

➤ Въпреки че Германия понастоящем е третият най-важен генериращ пазар за България, пазарния дял, който България притежава на пазар Германия е малък (1%).

➤ Немските граждани са похарчили по-малко пари при техните пътувания до България (68 евро на нощувка), отколкото при всички задгранични пътувания и имат средни разходи при пътувания до България.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Пътувания на немски граждани до България

Понастоящем немските граждани пътуват до България както следва:

- Почти 90% от пътуванията до България са ваканционни пътувания и само около 10% са бизнес пътувания, посещения на приятели или роднини и други частни пътувания.
- Почивката на море е най-важният вид почивка (87%).
- Най-предпочитаното транспортно средство е самолетът (89%).
- Преобладава настаняването в хотел (84%), предимно 4/5-звездни хотели (56%), следвани от 3-звездни хотели (24%).



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Пътувания на немски граждани до България

- Туристическите агенции са най-често използваният канал за резервации (63%), следвани от интернет (18%).
- Предпочитаният източник на информация също така са туристическите агенции (67%), следвани от интернет (27%).
- Средната продължителност на пътуванията е 13 нощувки.
- Средните разходи за нощувка (включващи всички разходи) са 68 евро на човек и са сравними с разходите за Турция (71 евро), но са по-високи от разходите за Хърватия (52 евро) и по-ниски от тези за Гърция (92 евро).



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Туристически имидж на България

В Германия асоциирани с България са предимно следните аспекти:

Добри цени

Слънчева и морска дестинация

Два доминиращи положителни аспекти на имиджа
и
два доминиращи мотива за пътуване до България



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Други важни аспекти на имиджа на България в Германия

**Гостоприемство и
приятелски
настроени хора**

Но също и отрицателни асоциации

**Страна от Източния
блок и бивша
комунистическа страна**

**Престъпност,
бедност**

**И: има недостатъци на имиджа в сравнение със
средиземноморските страни**



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Резултатите от изследването също разкриват, че:

- Почти 40% от немските потребители нямат никаква представа за България като туристическа дестинация и за това, което България предлага.

Следователно, България има отчасти положителен туристически имидж, но са налице също и големи недостатъци и проблеми по отношение на имиджа на пазар Германия.

България има сходен имидж сред потребителите, туроператорите и журналистите, които пишат за туризъм.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Имиджова стратегия

Поради често неспецифичния и отчасти също отрицателен имидж, който България има на пазар Германия, налице е висока необходимост от прилагане на

➤ **стратегия за подобряване и конкретизиране на имиджа.**



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Имиджова стратегия

Туристическия имидж на България трябва да бъде обогатен и допълнен с

- по-позитивни, специфични и емоционални аспекти и туристическо съдържание, като преди всичко:
- слънце, красиви плажове, добри средства за подслон, места за настаняване и храна, подходяща за семейства, привлекателни пейзаж и култура

И по-специално

- изключително гостоприемство, както и много добри цени.

Чрез подчертаването по-горните положителни аспекти ще бъдат намалени негативните имиджови асоциации (като бивша комунистическа страна, престъпност, по-слабо развита страна).



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Продуктова стратегия

**На пазар Германия е налице една силно конкурентна среда.
Следователно, България трябва да предлага само**

- **туристически продукти и видове почивки, за които
България е наистина конкурентна на пазар Германия,
като например ...**



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Почивки на море

- Предлагането на България на почивки на море е конкурентно на пазар Германия.
- Потенциалът за бъдещ интерес към България на пазар Германия също е силно фокусиран върху почивките на море.
- Освен това, на пазар Германия е налице висок афинитет към почивки на море.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Следователно, основният вид почивка за пазар Германия, с най-добрите перспективи за България е

➤ **почивката на море.**

За по малки целеви групи, почивката на море може да бъде допълнена с:

➤ предложения за спа, балнео и уелнес и дневни екскурзии ориентирани към културен туризъм и разглеждане на забележителности.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Основните конкуренти на България в сегмента почивка на море са:

- Испания
- Турция

Конкурентите на България са само средиземноморски страни (не и други черноморски страни).



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Комбинация от почивка на море и обиколка

- За обиколки насочени към културен туризъм и разглеждане на забележителности България не е конкурентоспособна на пазар Германия.
- Но е налице интерес към почивки на море, комбинирани с обиколки за разглеждане на културни и природни забележителности (по-малка целева група).



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

За разлика от това, по отношение на други видове почивки, като например:

- Почивки със зимен спорт
- Спа и уелнес почивки
- Летни почивки в планината и почивки с походи
- Голф туризъм
- Селски туризъм и екотуризъм

България е по-малко конкурентоспособна на пазар Германия. Потребителите и туроператорите считат предлагането на други страни за по-добро и по-привлекателно, отколкото това на България.

За летни почивки в планината и почивки със зимен спорт немските граждани показват високо предпочитание към Австрия, а за спа и уелнес почивки те предпочитат своята собствена страна.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Предлагане на транспортни средства и средства за подслон

На пазар Германия, България трябва да предлага предимно:

➤ 4-звездни хотели

Други видове средства за подслон (но с безпорно по-малък капацитет)

➤ 5-звездни хотели

➤ Добри 3-звездни хотели

➤ По-малки семейни хотели

Важно: Предложения "всичко включено в цената"

Транспортни средства за пътуване до България: Самолет

Искане на туроператорите: Повече евтини полети до крайбрежните дестинации.

Препоръчително за България е да промотира нискотарифни превозвачи.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Подобрения на предлагането

Следните мерки са необходими от гледна точка на пазар Германия:

- Подобряване на кухнята и храната
 - Подобряване на личната безопасност (престъпност)
- базирани на програми за стандарт качеството.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

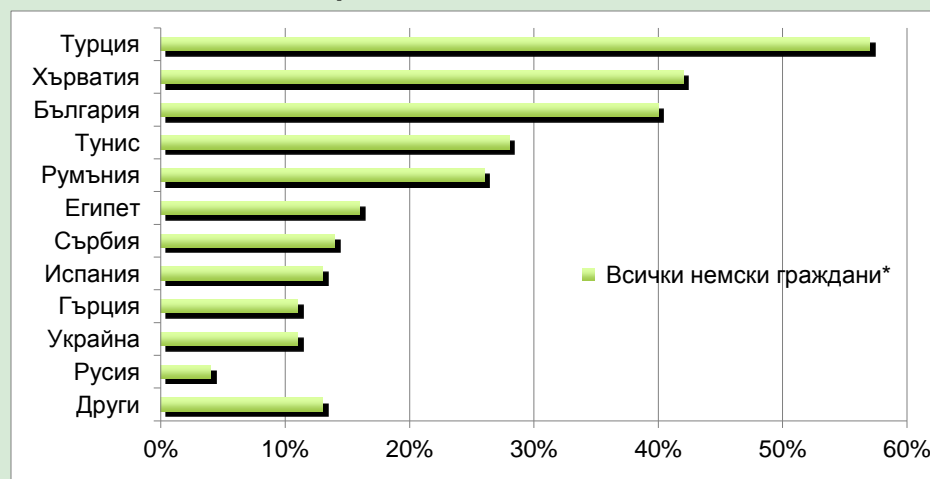
Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Ценово позициониране и ценови имидж на България

На пазар Германия, потребителите, както и туроператорите и журналистите, които пишат за туризъм, считат България за

➤ евтина ваканционна дестинация.

Въпреки това, когато немските потребители бяха попитани за страни, които са "определено изгодни ваканционни дестинации", те отговориха:



Източник: Изследване на населението, брой=1,974 интервюта – Германия 2010 г.. * Само немските граждани с опит в международния туризъм през последните три години / интерес за следващите три години.

➤ България е класирана едва на трето място.

➤ Турция има най-добрия ценови имидж на пазар Германия и тя е основният (и много силен) 'конкурент на България по отношение на цената'.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Ценова стратегия

Въпреки че Германия е пазар с високи разходи при пътувания, тя е също така и

- много ценово ориентиран пазар
- цената играе решаваща роля, когато немските граждани избират ваканционна дестинация
- по-специално по отношение на почивките на море
- и следователно също така по отношение на България.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Ценова стратегия

Следователно, на пазар Германия България трябва да следва

➤ **стратегия за подобряване на цената,**

насочена към намаляване на разликата в ценовия имидж, преди всичко по отношение на Турция.

В противен случай съществува висок риск немските граждани да предпочетат Турция пред България.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Дистрибуция и продажби

За пътувания до България

- туристическите агенции и туроператорите са най-важните канали за резервации за немските граждани.

Въпреки това,

- интернет ще има нарастваща значимост.

Понастоящем,

- България не е достатъчно добре представена сред немските туристически агенции, туроператори и в интернет.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Стратегия за дистрибуция и продажби

Следователно, на пазар Германия има висока необходимост от

- **разширяване на дистрибуцията и търговското присъствие на България сред туроператорите, туристическите агенции и в интернет.**

Разширяване на предлагането на България сред туроператорите и туристическите агенции трябва да се направи

- сред тези, които вече предлагат България,
- но е необходимо също да се привлекат нови туроператори и туристически агенции.

По-силното присъствие на предлагането на България сред туроператорите автоматично ще доведе до увеличаване на присъствието на България в интернет – защото повечето немски туроператори предлагат своите продукти също и онлайн.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Мерки, подпомагащи продажбите

Туроператорите очакват мерки, подпомагащи продажбите от страна на България, отчасти също и като предпоставка за разширяване на своето предлагане за България.

Очакваните мерки са преди всичко:

- Повече реклама за туристическата дестинация България (също и съвместно с туроператори)

както и

- подробна и актуална информация за предлагането на България (онлайн / чрез интернет страница на немски език)
 - отлични снимки на дестинацията – курорти, хотели
- и по отношение на туристическите агенции
- декоративни материали за търговските офиси.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Освен това:

- **Разработване на промоции и специални предложения (например за семейства с деца), в сътрудничество с туроператорите.**

Това също така ще увеличи информираността за България сред конкурентите.



Оперативна програма “Регионално развитие” 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

“Българска платформа за резервации”

Значимостта на интернет като канал за резервация в бъдеще ще се увеличава на пазар Германия.

Следователно, за оптимално оползотворяване от променящото се поведение при резервиране

- се препоръчва създаване на собствена интернет-базирана “Българска платформа за резервации” за пазар Германия

(като проект за сътрудничество между Българската национална туристическа администрация и българските хотелиери, съответно Българската хотелиерска и ресторантьорска асоциация)



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Комуникационна и рекламна стратегия

На пазар Германия България има слабо медийно присъствие като туристическа дестинация, преди всичко в сравнение с нейния конкурент Турция, но също така и с Испания.

С цел да бъде конкурента и предпочетена пред своите конкуренти, необходимо в бъдеще ще бъде силно медийно присъствие на България на пазар Германия.

Следователно, България трябва да инвестира в дългосрочна и достатъчно добре финансирана

➤ **комуникационна и рекламна кампания на пазар Германия.**

Вече бяха предприети първи стъпки в това отношение.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Задачите на бъдещите мерки за комуникация и промоция са:

- Изграждане на положителен имидж на България
- Повишаване на информираността и познанията за България като привлекателна туристическа дестинация
- Изграждане на силен и конкурентен туристически бранд "България"



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Позициониране на България

На пазар Германия България трябва да бъде позиционирана като

**“Слънчева”
дестинация**

**Дестинация с
“много добро
предлагане на
много добра
цена”**

**и с
“изключително
гостоприемство”**



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Препоръчителни мерки за комуникация

Интернет страница "Посети България" (Visit Bulgaria)

- Създаване на отлична интернет страница "Посети България" (Visit Bulgaria) на немски език, включваща цялата важна информация за това, което България предлага, като централен източник на информация за немските потребители
- Да бъде добре структурирана с лесна навигация
- Включваща възможности за "социални медии"
- Интернет страницата да бъде допълнена с отлични снимки и видео клипове
- Предоставяне на електронни брошури (за отпечатване по заявка) на интернет страницата "Посети България" (Visit Bulgaria)
- Популяризиране на интернет страницата "Посети България" (Visit Bulgaria) в обхвата на кампанията на България за реклама и връзки с обществеността.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Провеждане на имижова и медийна кампания, ориентирана към потребителите

- Кампанията трябва да бъде в съответствие с позиционирането на България на пазар Германия
- Фокусна точка на кампанията: туристи, предпочитащи почивка на море
- Препоръчителни медии за реклама:
 - Интернет реклама (например кампании с ключови думи, банер реклами, целеви реклами във Facebook, и др.)
 - Допълнителни страници и реклами в каталозите на туроператорите – печатна и интернет версия
 - Реклами в списания и екрани на публични места
 - Телевизионна реклама
- Предимства от провеждане на кампанията в сътрудничество с важни немски туроператори:
 - Споделяне на бюджета
 - Трансфер на информираността от туроператора към България
 - Предоставяне на директно и опростено резервиране за България



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Провеждане на мерки за връзки с обществеността

- Засилване на сътрудничеството с важни немски печатни, телевизионни и онлайн медии и със съответните журналисти, които отговарят за туризма.
- Популяризиране на "истории от потребители", свързани с най-подходящите продукти и видове почивки
- По-силна подкрепа за журналистите, които пишат за туризъм:
 - с безплатни опознавателни пътувания
 - редовни бюлетини и съобщения за пресата с интересна информация (онлайн, чрез интернет страница на немски език)
 - предоставяне на отлични снимки
 - осигуряване на пресофис с квалифицирани (немскоговорящи) лица за контакт в Българската национална туристическа администрация
- Спонсориране на филмови продукции за пътувания (телевизия)
- Подкрепа за издатели на пътеводители и туристически списания



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Организиране на "Празници на България"

- Например в Берлин или Мюнхен, веднъж или два пъти годишно в сътрудничество с българското посолство в Германия и с подкрепата на агенция за връзки с обществеността или рекламна агенция.
- Представяне на важни видове почивки за пазар Германия, но също така и представяне на българските култура, фолклор, храна и вина на обществеността, като трябва да бъдат поканени и всички важни медии, съответно журналисти, които пишат за туризъм.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregion.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Целева група

Целевата група на България на пазар Германия има следните социално-демографски характеристики:

- Лица от ниски, средни и от високи възрастови групи имат интерес към почивка в България (преди всичко възрастови групи от 20 до 55 години)
- С всякакви нива на образование, но с акцент върху средните нива
- Групи със средни и високи доходи (от 1,250 евро и по-високи)
- Предимно двойки, но също и семейства с деца (на възраст до 15 години), както и необвързани хора с приятели



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Регионални целеви пазари

- За пазар Германия с най-висок приоритет се препоръчва присъствие из цялата страна по отношение на мерките за дистрибуция, комуникация и реклама (тъй като потенциал за интерес към България има във всички региони на Германия)
- В допълнение, препоръчителни като регионални целеви пазари са:
 - Северен Рейн-Вестфалия (прибл. 20% дял)
 - Бавария (прибл. 20% дял)
 - Долна Саксония (прибл. 10% дял)
 - Баден-Вюртемберг (прибл. 10% дял)
 - Саксония (прибл. 10% дял)

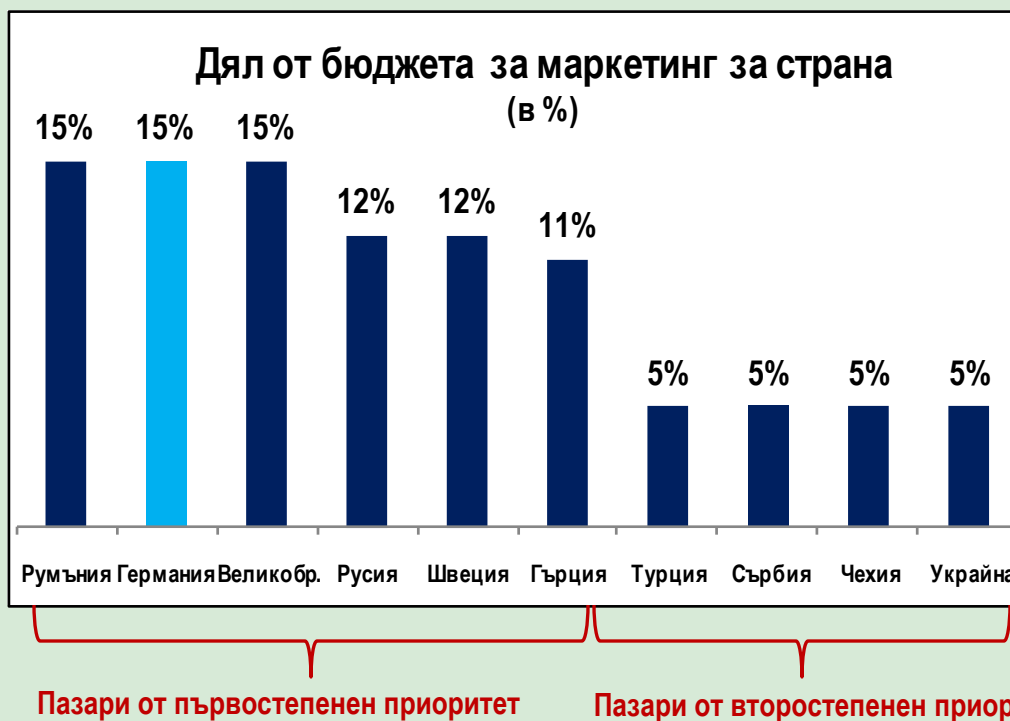


Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Приоритизация на пазарите и бюджет



- За България, пазар Германия трябва да бъде пазар от първостепенен приоритет.
- С дял от 15% от общия бюджет за маркетинг (Общ препоръчителен бюджет за маркетинг за десетте страни: 10 милиона евро годишно).



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Резюме

На пазар Германия, потенциалът за интерес към България надвишава настоящия обем на пътувания. Следователно,
➤ България има перспективи за растеж на пазар Германия.

Но:

За да се превърне потенциалът за интерес и перспективите за растеж в конкретни пътувания до България

➤ трябва да бъдат приложени подходящи маркетингови стратегии и маркетингови мерки на пазар Германия.



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

Накратко, това са:

- България трябва да подобри своя имидж
- да увеличи информираността като привлекателна туристическа дестинация
- да се концентрира върху тези видове почивки, които са наистина конкурентни на пазар Германия
- да подобри своя ценови имидж
- да инвестира в някои части от качеството на продукта
- да разшири дистрибуцията и търговското присъствие.

И България трябва да инвестира в дългосрочна и достатъчно добре финансирана

- комуникационна и рекламна кампания.



Оперативна програма “Регионално развитие” 2007-2013
www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България



МИНИСТЕРСТВО НА ИКОНОМИКАТА, ЕНЕРГЕТИКАТА И ТУРИЗМА

Този документ е създаден в рамките на проект “Маркетингови проучвания и оценка на ефективността на националния маркетинг”, договор № BG161PO001/3.3-01/2008/001-1, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007 – 2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от бенефициента – Министерство на икономиката, енергетиката и туризма и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган.