

ПРОМО-АКЦІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ПРЕЗЕНТАЦІЇ КРАЇН (ЛИТВА, УКРАЇНА)

Промо-акції – це ефективний спосіб презентувати країну та привернути увагу туристів. Проведемо туристичні паралелі: Литва - Україна. Литва приваблює безліч туристів як із сусідніх країн, так і з усього світу. Литва також залежить від довколишніх ринків, щоб бути привабливою для віддалених туристичних ринків. Грамотний маркетинговий супровід промо-акції сприяє збільшенню прибутку та оптимізації. Значний вплив на це мають і спільні дії країн Балтії. Часто туристи, особливо з далеких ринків, за одну поїздку відвідують не одну, а всі три країни Балтії, тому дуже важливо створити загальний образ регіону, розділити обов'язки за участю у міжнародних виставках, бізнес у відрядженнях. Країни разом вкладають гроші в просування та рекламні матеріали, визнавши, що для більшої ефективності необхідно поєднувати зусилля. У Литві вже стартувала рекламна кампанія, де Вільнюс було представлено як "Європейська точка G". Основна ідея запущеної онлайн-реклами Go Vilnius полягала в тому, що Вільнюс – це відкрита європейська скарбниця, знайти яку – одне задоволення. Зробити Україну привабливішою для іноземних туристів можуть допомогти проморолики. Такий підхід може спрацювати, проте для цього відео слід розміщувати на професійних каналах або тревел-каналах. Популяризації України сприяє й світовий кінематограф, яскравим прикладом чого є серіал "Чорнобиль". Важливим для розвитку українського туризму є презентація регіональних проєктів, які можуть бути цікавими для інвесторів. Йдеться про "туристичні магніти", або формат великої реставрації, коли є великі історичні об'єкти чи місця для туристичних об'єктів, які можуть зацікавити інвесторів. На сьогодні це – реально працюючий кейс. Перелік "туристичних магнітів" створюється за участі регіональної влади. При цьому інфраструктурно ці локації повинні відповідати європейським стандартам. Державне агентство з розвитку туризму робить усе, щоб промотувати Україну.