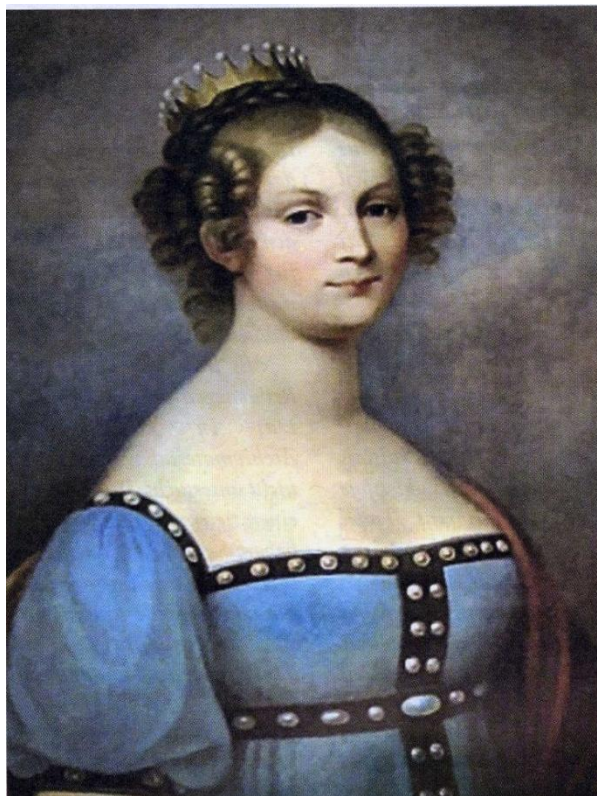




**Стратегия маркетинга до 2026 г.
Развития туристического маршрута
«Кольцо королевы Луизы»**

Создан в рамках реализации проекта
«Создание, продвижение и развитие целевой туристической зоны
притяжения между Западной и Восточной Европой» по программе
приграничного сотрудничества Россия-Литва 2014-2020

Авторы: Кабакова Е.А., Попов А.Д., Федоров В.Ю.

Калининград, 2021

1. 1. ЦЕЛЬ, ВИДЕНИЕ, ЗАДАЧИ МАРШРУТА

Цель маршрута Королевы Луизы

Раскрыть историческую идентичность Малой Литвы через историческую личность королевы Пруссии Луизы, сохранить историческую память края.

Видение маршрута королевы Луизы до 2026 г.

Маршрут королевы Луизы – известный культурный маршрут в Европе, объединяющий исторические и культурные объекты Литвы, Калининградской области и Германии, отражающий историю и личности Пруссии через мультикультурализм, обычаи и традиции местных жителей, привлекающий туристов разных национальностей и сегментов.

Задачи маршрута королевы Луизы

1. Формировать образ Малой Литвы через историческую память
2. Привлечь местных и иностранных туристов в регион Малой Литвы
3. Раскрыть историческую идентичность и память Малой Литвы гражданам Литвы и зарубежных стран
4. Воспитывать гордость жителей Малой Литвы своей историей, наследием и культурным многообразием
5. Предоставить возможность местным сообществам зарабатывать деньги на туризме - для улучшения экономического положения края, предоставляя туристам туристические услуги и продукты
6. Поощрять сотрудничество учреждений науки и культуры с частным предпринимательством в расширении туристических услуг и сохранении исторической памяти в Малой Литве
7. Снизить сезонность туризма в Малой Литве

2. ЦЕЛЕВЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ СЕГМЕНТЫ

Проанализировав маркетинговые планы районов (Клайпеды, Юрбаркаса, Пагегаяй, Шилуте) региона Малой Литвы, данные опроса местных и данные опроса немецких и польских туристов за 2019-2020 гг. по маршруту «Путешествуй по Литве», представляем предложения по перспективным туристическим участкам маршрута. В таблице №10 предоставляем описания сегментов с предложениями туристических продуктов и инструментами коммуникации для достижения этих сегментов.

Нет информации о привычках и предпочтениях путешествий иностранных туристов по Малой Литве, поэтому для восстановления туризма после пандемии Covid-19 потребуется провести опросы. Тогда можно будет точнее выявить потребности иностранных туристов.



Таблица №10. Предлагаемые сегменты туристов

	Семьи с детьми	Взрослые группы	Группы учащихся	Юношеские группы
Возраст	Родители 30-55, Дети 0-16	С 40 лет	7- 18 лет	С 25 лет
Страна	Литва, Латвия, Эстония, Польша, Россия, Германия, Нидерланды	Литва, Латвия, Эстония, Польша, Россия, Германия	Литва, Латвия, Эстония, Россия	Литва, Латвия
Статус семьи	Женаты, с детьми	Женаты, без детей	В сопровождении учителей и/или родителей	Одинокие, пары, не женатые
Виды туризма	Активный туризм, Культурный туризм, Природный туризм	Медленный туризм, гастрономический туризм, культурный туризм, природный туризм, малоинтенсивный активный туризм, «поиск корней» (немцы)	Активный туризм, Культурный туризм, Природный туризм	Активный туризм, Развлекательный туризм
Путешествия, цели	Отдых с семьёй на природе, познание культуры, посещение друзей и родственников	Изучение местной природы и культуры	Изучение местной природы и культуры	Активный отдых на природе с друзьями

Приезд	На автомобиле	На автобусе	На автобусе	На автомобиле
Продолжительность путешествия	Путешествие в выходные Отпуск (7-14 дней)	Путешествие в выходные Отпуск	1-2-дневное путешествие	
Возможные туристические продукты	Эдукационные, праздники, мероприятия, фестивали, верховая езда, рыбалка, прокат велосипедов и байдарок, познавательные тропы, лазанье по деревьям, смотровые башни, наблюдение за птицами, зоопарки и зоохозяйства, интерактивные музеи, Зимние мероприятия, санные трассы	Экскурсии, дегустации еды и напитков, эдукации, праздники, эдукации традиционных ремёсел, велосипедные туры, прокат байдарок, наблюдение за птицами, наблюдение за весенним половодьем	Экскурсии, развлечения водного транспорта, эдукации традиционных ремёсел (литьё свечей, выпечка хлеба), смотровые башни, лазанье по деревьям, летние лагеря	Велопоходы, пешеходные походы, плавание на байдарках, парходах, лодках, рыбалка, кайтсерфинг, сёрфинг, виндсерфинг, лазанье по деревьям, праздники, мероприятия, музыкальные фестивали, тематические праздники, трассы для беговых лыж, зимние мероприятия.
Ночлег	Кемпинги, гостевые дома, усадьбы сельского туризма, аренда квартир	гостевые дома, усадьбы сельского туризма, гостиница	Однодневные туры/гостевые дома, усадьбы сельского туризма	Кемпинги, гостевые дома, усадьбы сельского туризма с развлечениями, аренда квартир
Заказ путешествия	Планируют сами	Планируют профсоюзы, другие организации, туристические агентства	Планируют школы	Планируют сами
Питание	Потребность в здоровой пище, продукты привозят с собой – потребность	Питание заказывается для всей группы, поэтому есть необходимость	Питание заказывается для всей группы, поэтому есть	Кафе, бары, пиццерии, потребность качественного кофе



Финансируется
Европейским Союзом и
Российской Федерацией



РОССИЯ - ЛИТВА
ППС 2014-2020

	места для готовки (для костров), средние цены на продукты, булочные	предоставления услуг питания; приобретают местные продукты в подарок	необходимость предоставления услуг питания	(«кафе на колёсах», булочные
Где найти информацию о путешествии /где размещать таргетированную рекламу	Поиск в Google, на сайтах Центров туристической информации, на Литовских туристических сайтах («Путешествуй по Литве» и др.) в группах FB, блогах, видео, в новостных порталах delfi.lt, 15min.lt, рекомендации друзей		Предлагать услуги в школу напрямую; сайты Центров туристической информации	Instagram, Facebook, соцсети, составители мнения путешественников

Этапы развития маршрута

Маркетинговые действия представлены двумя этапами: действия по этапам проекта, а затем таблица маркетинговых действий по задачам маршрута с ожидаемыми сроками, ответственностью и обязанностями.

I ЭТАП 2021-2023 Г.

Управление и менеджмент

- Приглашение заинтересованных сторон к сотрудничеству: представители сообщества, бизнеса, культуры, просвещения, муниципалитета и др. Составление списка потенциальных поставщиков маршрутных услуг.
- Создание Ассоциации маршрута, избрание научной комиссии и административной команды, распределение обязанностей
- Обеспечение долгосрочного финансирования (подготовка проектов/написание проектов, согласование и соглашения с администрацией муниципалитета)
- Создание волонтерской программы (помощь на маршруте/организация мероприятий). Назначение ответственного лица.
- Контакты с историками Клайпедского университета, сотрудничество с немецкими историками по расширению маршрута в Германии (так побудить немецких туристов приезжать в Литву и Калининград)

Инфраструктура

- Совершенствование инфраструктуры маршрута: прокладка велосипедных дорожек, сооружение зон отдыха, уличных туалетов и др.
- Маркировка объектов логотипом маршрута, наклеивание этикеток с QR кодами

Туристические услуги

- Обсуждение с сообществом вопросов отбора традиционных мероприятий маршрута (см. раздел Администрирование маршрута)
- Предоставить возможность жителям опробовать местные туристические услуги (снизив цену или бесплатно), чтобы они оценили и рекомендовали родственникам и друзьям.

- ✚ Разработка уникальных тематических туристических услуг (гастрономических, ночного туризма, водного туризма, велосипедного туризма, пешеходных маршрутов и др.) вместе с бизнесом и сообществом:
 - прочесть лекцию, в которой будут представлены туристические продукты и услуги, напр.: птицеводческие, животноводческие хозяйства, демонстрация традиционных ремёсел (пчеловодство и др.), продажа продуктов питания, сувениров прямо во дворе и т.п.
 - буклет для сообщества о возможных туристических услугах
 - доклад на общественном мероприятии
- ✚ Связаться с администраторами маршрута королевы Луизы и предложить сотрудничать
- ✚ Предложить присоединиться к маршруту усадебам сельского туризма в регионе Малой Литвы, предлагая тематические туристические продукты: питание, проживание, развлечения
- ✚ Предложить сотрудничество Ассоциации ресторанов и гостиниц

Маркетинг

- ✚ Презентация культурного маршрута на Литовском рынке (2021 г.)
- ✚ Неинтенсивная реклама маршрута на рынках Германии, Латвии, Эстонии, Калининграда
- ✚ Сертификация маршрута в Литве
- ✚ Размещение информации о маршруте на интернет-сайтах, в социальных сетях
- ✚ Регулярно детально опрашивать туристов, посещающих Малую Литву, по результатам которых можно будет планировать другие мероприятия
- ✚ Интегрировать мероприятия маршрута в образовательные программы учащихся, изучающих историю Малой Литвы (предложить маршрут школьным группам)
- ✚ Участвовать в исторических и детских образовательных телевизионных программах
- ✚ Провести встречу с историками, которые исследуют культуру Малой Литвы, с их студентами, которые могли бы подготовить статьи на литовском, немецком, английском языках о Малой Литве и королеве Луизе. Разместить статьи на интернет-сайтах, делиться в социальных сетях, новостных порталах.



- Регулярно информировать сообщество о новостях, связанных с маршрутом – что сделано, что планируется: на местных мероприятиях, в газетах, на интернет-сайтах, в социальных сетях.