

ФОРМА ЗАЯВКИ И СОДЕРЖАНИЕ ЗАДАНИЙ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ ВСЕРОССИЙСКОГО ПРОЕКТА ПО ПРОЕКТИРОВАНИЮ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ «ОТКРОЙ СВОЮ РОССИЮ»

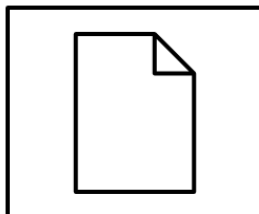
(в категории «продюсер впечатлений»)

Состав заявки участника в категории «продюсер впечатлений»

1.

Письмо о направлении Заявки на участие во Всероссийском проекте
от юридического лица Продюсера впечатлений

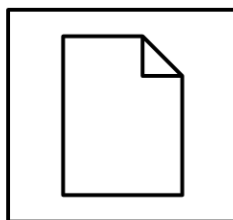
(по желанию)



2.

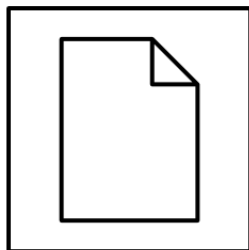
Рекомендательное письмо, письмо поддержки или иные аналогичные документы от партнеров (туроператоров, ТИЦ, ОИВ, местных сообществ, подрядчиков, международных партнеров и т.д.), подтверждающие партнерские отношения в реализованных ранее проектах

(при наличии)



3.

Копия паспорта Продюсера ИНФОРМАЦИЯ
КОНФИДЕНЦИАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА



ZAGORIZONT.ME

info@zagorizont.me

+7 (495) 123 45 53

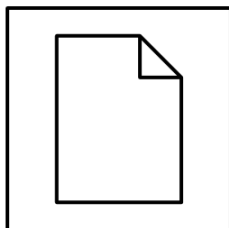


агентство
стратегического
развития
ЦЕНТР

4.

Наименование юридического лица, информация об индивидуальном предпринимателе или гражданине, являющемся плательщиком налога на профессиональный доход (самозанятого) ИНФОРМАЦИЯ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА

(с приложением подтверждающих документов)

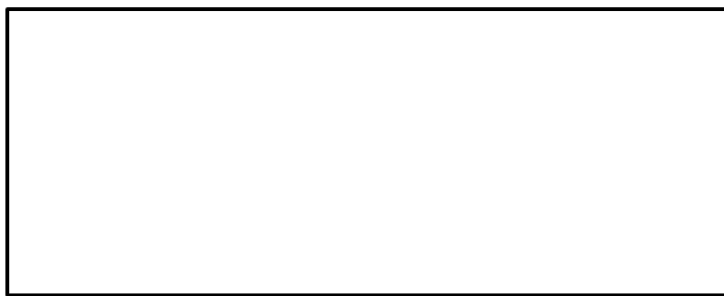


5.

Название предлагаемого туристического продукта

6.

Краткое описание предлагаемого туристического продукта



7.

Наименование каждого предлагаемого объекта на маршруте туристического продукта: туристического объекта, локации, человека, идеи, события и т.п.; ЭТА ИНФОРМАЦИЯ ЗАПОЛНЯЕТСЯ ДЛЯ КАЖДОГО ОБЪЕКТА НА МАРШРУТЕ



8.

Федеральный округ, в котором расположен туристический объект, локация, человек, идея, событие и т.п.

(С возможностью добавить дополнительные Федеральные округа)

9.

Субъект Федерации, в котором расположен туристический объект, локация, человек, идея, событие и т.п.

(С возможностью добавить дополнительные субъекты Федерации)

10.

Населенный пункт, в котором или рядом с которым расположен туристический объект, локация, человек, идея, событие и т.п.

(С возможностью добавить дополнительный населенный пункт)

11.

Географическое расположение каждого туристического объекта, локации, человека, идеи, события и т.п.

(с координатами расположения)

12.

Краткое описание каждого туристического объекта

Описание объекта должно содержать информацию о туристическом объекте, локации, человеке, идее, событии и т.п. (до 2000 знаков с пробелами)

- *Текстовое описание*

13.

Фотографии каждого туристического объекта, локации, человека, идеи, события и т.п. на маршруте туристического продукта.

(от 1 до 6 фотографий)



14.

Состав существующей команды
продюсера впечатлений

Команда продюсеру впечатлений необходима для доработки существующего туристического продукта и создания нового концептуального туристического маршрута в рамках акселерационной программы.

В состав команды могут входить лица, не являющиеся членами команды продюсера впечатлений в настоящий момент.

*В состав команды **обязательно** должны входить лица, обладающие компетенциями маркетолога, экономиста и специалиста в области социокультурного проектирования, а также инсайдеры территории, на которой расположен маршрут (знатоки региона, культуры, местности). Также в составе команды могут быть представители бизнеса, краеведы, представители центров «Мой бизнес», представители ТИЦ или ОИВ и другие.*

Команда должна состоять минимум из 5 (пяти) человек, включая продюсера впечатлений.

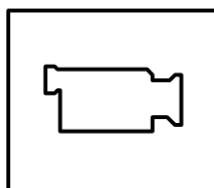
Члены команды должны обязательно зарегистрироваться на Информационном портале.

- Краткая информация об участнике команды
- Краткая информация об участнике команды
- Краткая информация об участнике команды
- Краткая информация об участнике команды

15.

Короткий видеоролик с указанием ссылки на скачивание или просмотр, в котором может быть информация о вас и о вашем туристическом продукте, отзывы путешественников и прочее.

(по желанию)



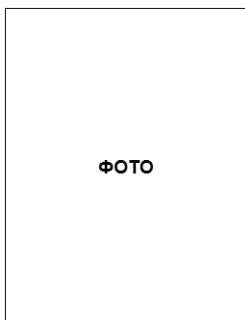
ZAGORIZONT.ME

info@zagorizont.me

+7 (495) 123 45 53

Состав альбома, прилагаемого к заявке участника в категории «продюсер впечатлений»

1. Сведения о Продюсере впечатлений



Фамилия, имя, отчество

Биографические сведения, информация об образовании

- Текст
- Текст
- Текст

Основные достижения в сфере туристической индустрии (в том числе награды, благодарственные письма, выступления в профильных профессиональных мероприятиях в качестве спикера, лектора, эксперта)

- Текст
- Текст
- Текст

Опыт организации туристических маршрутов (описание нескольких реализованных вами проектов в туристической индустрии)

- Текст

Личная страница или страница тура продюсера впечатлений в соц. сетях:

- Ссылка

Лендинг тура:

- Ссылка

2. Скриншоты страниц социальных сетей, лендингов, сайтов (со ссылками)

- Скриншот с информацией, позволяющей составить впечатление о продюсере впечатлений его жизненном и профессиональном опыте, целях, ценностях (Если прикладывается ссылка страницы самого продюсера впечатлений)

- Скриншот с информацией, позволяющей оценить маршрут с точки зрения пользователя и принять решение о поездке (Если прикладывается ссылка страницы продукта/продуктовой линейки)

3. Информация о партнерских отношениях (при наличии)

- Сканы рекомендательных писем, писем поддержки или иных аналогичных документов от партнеров (туроператоров, ТИЦ, ОИВ, местных сообществ, подрядчиков, международных партнеров и т.д.), подтверждающих партнерские отношения

- Сканы рекомендательных писем, писем поддержки или иных аналогичных документов от партнеров (туроператоров, ТИЦ, ОИВ, местных сообществ, подрядчиков, международных партнеров и т.д.), подтверждающих партнерские отношения

4. Информация о дипломах, наградах, благодарственных письмах и прочих документах, позволяющих составить мнение о деловой репутации и признании результатов профессиональной деятельности продюсера впечатлений (при наличии)

- Сканы документов

- Сканы документов

5. Состав команды продюсера впечатлений

Состав существующей команды продюсера впечатлений

Команда продюсеру впечатлений необходима для доработки существующего туристического продукта и создания нового концептуального туристического маршрута в рамках акселерационной программы.

В состав команды могут входить лица, не являющиеся членами команды продюсера впечатлений в настоящий момент.

В состав команды обязательно должны входить лица, обладающие компетенциями маркетолога, экономиста и специалиста в области социокультурного проектирования, а также инсайдеры территории, на которой расположен маршрут (знатоки региона, культуры, местности). Также в составе команды могут быть представители бизнеса, краеведы, представители центров «Мой бизнес», представители ТИЦ или ОИВ и другие.

Команда должна состоять минимум из 5 (пяти) человек, включая продюсера впечатлений.

Члены команды должны обязательно зарегистрироваться на Информационном портале.

- Краткая информация об участнике команды
- Краткая информация об участнике команды
- Краткая информация об участнике команды
- Краткая информация об участнике команды

6. Картограмма маршрута туристического продукта в масштабе региона, нескольких регионов Российской Федерации

Расположение на карте крайних пунктов маршрута туристического продукта в масштабе региона (отобразить административные центры, границы субъектов, границы стран в случае транснациональных маршрутов)

Картограмма маршрута в масштабе нескольких регионов или Российской Федерации (если маршрут выходит за пределы одного региона)

или

Картограмма маршрута в масштабе региона (если маршрут не выходит за пределы одного региона)

7. Основные краткие характеристики туристского продукта

НАЗВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Существующий веб-сайт (при наличии):

Существующая аккаунт в социальных сетях (при наличии):

Протяженность *XX км.*

Стоимость турпродукта на человека *от X до XXX руб.*

Максимальный размер группы *XX чел.*

Продолжительность маршрута турпродукта *XX дней*

География маршрута турпродукта (регионы и населенные пункты, через которые проходит маршрут)

Возможность присоединиться к маршруту турпродукта на любом отрезке

Сезонность

Наличие местного Экскурсовода

Наличие мест размещения

Возможность одноместного размещения

Ключевые объекты впечатлений

- Объект впечатления 1
- Объект впечатления 2
- Объект впечатления 3

...

Вспомогательные объекты впечатлений

- Объект впечатления 1
- Объект впечатления 2
- Объект впечатления 3

...

Транспортные средства для трансфера до стартовой точки маршрута турпродукта

- Транспортное средство 1
- Транспортное средство 2
- Транспортное средство 3

...

Транспортные средства для перемещения по маршруту турпродукта

- Транспортное средство 1
- Транспортное средство 2
- Транспортное средство 3

...

ZAGORIZONT.ME

info@zagorizont.me
+7 (495) 123 45 53



агентство
стратегического
развития
ЦЕНТР

8. Описание туристического продукта

Информация о концепции туристического продукта, о его культурном и природном контексте и о других важных деталях маршрута туристического продукта

Описание концепции туристического продукта, деталей маршрута и перечня впечатлений

9. Описание каждого объекта на маршруте туристического продукта

Описание каждого объекта маршрута

10. Схема маршрута туристического продукта

Приветствуется наличие инфографики и фотографий объектов маршрута

Легенда

- Трассировка маршрута
- Видовые точки, если есть
- Места остановок (включая пункты питания и санитарные остановки)
- Якорные объекты показа, мероприятия, активности
- Место размещения на ночь с указанием категоричности и объемом номерного фонда

11. Особенности туристического продукта (наличие оригинальных решения)

Например, информация о применении современных технологий, об оригинальных художественных решениях, об использовании уникальных механизмов организации турпродукта и его продвижения и т.п. В том числе отметить особенности символического капитала территории и проявленность тематики турпродукта в локальных ценностях/активностях.

1

Первая особенность

Описание особенности

2

Вторая особенность

Описание особенности

3

Третья особенность

Описание особенности

14

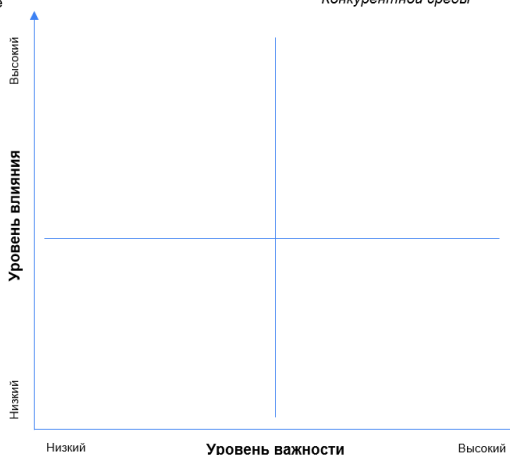
12. Анализ конкурентной среды

Информация о конкурентах, работающих с тем же сегментом целевой аудитории

Описать как каждый из конкурентов позиционирует продукт и оказывает влияние на стратегическое позиционирование вашего проекта. Классифицировать стейкхолдеров по влиянию/важности.

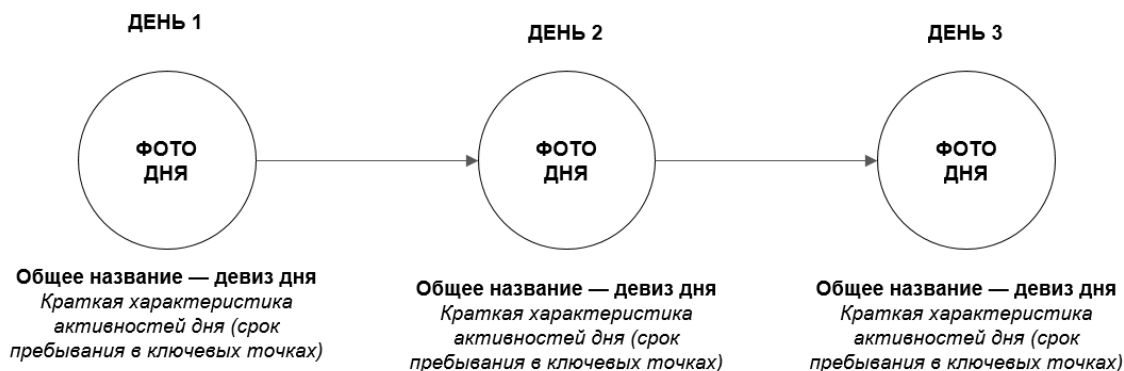
- 1 Конкурент 1
Описание конкурента
- 2 Конкурент 2
Описание конкурента
- 3 Конкурент 3
Описание конкурента

Матрица «Влияние и важность»
 Конкурентной среды



13. Тематический план-график туристического продукта.

Информация с несколькими вариантами тематического плана-графика в зависимости от сезонности, вариантов бюджета, длительности или гибкости туристического продукта. Желательно указать количество ночевков на одном и том же месте.



14. Целевая аудитория туристического продукта среди индивидуальных туристов и среди сообществ

Информация с сегментацией целевой аудитории. Дополнительная информация о доступности продукта для пожилых людей, путешествующих с детьми (для детей какого возраста доступен маршрут), домашними животными и тому подобное.



Сегмент целевой аудитории — 1

*Мотивация для приобретения турпродукта.
Краткое описание: пол, возраст, профессия,
увлечения.*



Сегмент целевой аудитории — 2

*Мотивация для приобретения турпродукта.
Краткое описание: пол, возраст, профессия,
увлечения.*



Сообщество — 1

*Мотивация для приобретения турпродукта.
Краткое описание: пол, возраст, профессия,
увлечения.*



Сообщество — 2

*Мотивация для приобретения турпродукта.
Краткое описание: пол, возраст, профессия,
увлечения.*

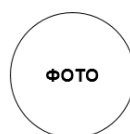
15. Отзывы лиц, воспользовавшихся туристическим продуктом



Имя посетителя

Оценка

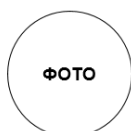
Текст отзыва текст отзыва



Имя посетителя

Оценка

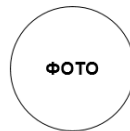
Текст отзыва текст отзыва



Имя посетителя

Оценка

Текст отзыва текст отзыва



Имя посетителя

Оценка

Текст отзыва текст отзыва

16. Экспресс-аудит экономики туристского продукта

Приветствуется дополнительная информация о вкладе в локальную экономику и экономические эффекты для территории и местного сообщества от туристической деятельности

РАСХОДНАЯ ЧАСТЬ НА ПОСЕТИТЕЛЯ		ДОХОДНАЯ ЧАСТЬ	
Расходы на маркетинг	XX %	Доходы от продажи турпродукта	XX %
Расходы на размещение	XX %	Доходы от дополнительных услуг	XX %
Расходы на питание	XX %	Доходы от продажи сувенирной продукции	XX %
Расходы на активности	XX %	Иные доходы	XX %
Транспортные расходы	XX %		
Фонд оплаты труда	XX %		
Иные расходы	XX %		
Страхование			

17. Экспресс-аудит маркетинга туристского продукта

Страница в Youtube		Страница на Facebook	
Показатель охвата, с разбивкой по возрастным категориям	XX	Показатель охвата, с разбивкой по возрастным категориям	XX
Показатель вовлеченности (лайки, комментарии и прочее)	XX	Показатель вовлеченности (лайки, комментарии и прочее)	XX
Количество постов за последний месяц		Количество постов за последний месяц	
Страница в Инстаграме		Иные каналы продвижения	
Показатель охвата, с разбивкой по возрастным категориям	XX	Показатель охвата, с разбивкой по возрастным категориям	XX
Показатель вовлеченности (лайки, комментарии и прочее)	XX	Показатель вовлеченности (лайки, комментарии и прочее)	XX
Количество постов за последний месяц		Количество постов за последний месяц	

18. SWOT-анализ (самоанализ) туристского продукта

Слайд заполняется по желанию

Общая характеристика потенциала развития турпродукта *общая характеристика потенциала развития турпродукта* *общая характеристика потенциала развития турпродукта*

Сильные стороны продукта

- Сильная сторона продукта
- Сильная сторона продукта
- Сильная сторона продукта

Слабые стороны продукта

- Слабая сторона продукта
- Слабая сторона продукта
- Слабая сторона продукта

Возможности для развития продукта

- Возможность для развития
- Возможность для развития
- Возможность для развития

Угрозы для развития продукта

- Угроза для развития
- Угроза для развития
- Угроза для развития