



Современный путеводитель «RouteFinder»

Самостоятельный туризм

По данным экспертов Gadventures.com, самостоятельно путешествуют около 11% туристов, при этом число самостоятельных туристов выросло на 30% с 2008 по 2018 гг. и продолжает расти.

Самостоятельный туризм – тренд, который становится всё популярнее с каждым годом.

Проблема

- При планировании самостоятельного путешествия туристу очень важно посетить как можно больше объектов туристского интереса
- При планировании путешествия по какому-либо городу недостаточно пользоваться только сайтами-отзовиками
- Информация туроператоров, сайтов-агрегаторов не всегда актуальна и объективна
- Несовременность и ограниченность путеводителей ставит туриста в сложное положение

Неполное соответствие путеводителей потребностям

- В наши дни путеводители не удовлетворяют особенных потребностей туриста и не вызывают у него доверия
- Молодёжь все реже покупает бумажные путеводители, но и интернет-издания не всегда отвечают её запросам
- Бывает сложно найти тематический путеводитель, учитывая множество разных интересов и потребностей

Решение проблемы – сборник тематических путеводителей в мобильном приложении

Пункт назначения
и путеводители по
нему

```
graph TD; A[Пункт назначения и путеводители по нему] --- B[Туроператоры]; A --- C[Турагенты]; A --- D[Профессиональные путешественники]; A --- E[Местные жители];
```

Туроператоры

Турагенты

Професси-
ональные
путешествен-
ники

Местные
жители

Задача: доверить перечисленным группам составление путеводителей и собрать результаты их работы в одном приложении

Продукт

- Информационный ресурс, объединяющий материалы различных тематических или классических путеводителей по определенной дестинации/региону от различных авторов.
- Организация информации данного ресурса должна соответствовать следующим критериям:
 - объективность;
 - актуальность;
 - уникальность сервисов;
 - расширенные тематики;
 - адресность информации;
 - удобство навигации.

Продукт

Путеводитель

Маршрут
передвижения

Личная оценка
объектов
туристского
интереса

Панорамные и
жанровые снимки,
пейзажи,
портреты и видео

Описание
местных
традиций и
обычаев, советы
по их
соблюдению

Календарь событий
в различных
сферах

Целевая аудитория

- Целевая аудитория – самостоятельные туристы.
- В России за 2016 год, по данным Ipsos Comcon, доля самостоятельных путешественников выросла почти на четверть – с 27% до 33%. Это около 29 млн. туристов.

План коммерциализации

- При условии, что приложение будет бесплатным, основными способами получения дохода будут реклама и процент от «чаевых» автору
- Каждый турист после пользования путеводителем от определенного автора сможет добровольно отблагодарить его одноразовым платежом, например, 5\$. Процент (например, 60%) от этих платежей будет выплачиваться владельцу приложения
- Таким образом, авторы будут заинтересованы в создании уникальных и интересных путеводителей

Маркетинговая стратегия

- Основой маркетинга будет контекстная реклама Google и реклама тревел-блогеров.
- Люди доверяют блогерам, и реклама у них может привести в приложение много потенциальных пользователей
- Основной акцент будет сделан именно на блогеров, учитывая тенденцию снижения доверия к рекламе на сайтах и роста популярности блокировщиков рекламы, которые, по различным оценкам, устанавливает 20-30% пользователей интернета

План развития

1 этап

- Ограниченное количество авторов и путеводителей
- Целенаправленное привлечение авторов путем поощрений

2 этап

- Среднее количество авторов и путеводителей
- Личная заинтересованность авторов в создании авторского путеводителя и получении дохода

3 этап

- Большое количество авторов и путеводителей
- Диверсификация контента

Экономика

Затраты	Прибыль
Создание приложения 24000 у.е	Реклама от Google (при 20000 посетителей): 5000 у.е./месяц
Google Ads 6000 у.е/месяц	Пожертвования клиентов (10% посетителей, 60% от каждого пожертвования выплачивается владельцу приложения): 6000 у.е/месяц
Реклама у блогеров 3000 у.е/месяц	

Окупаемость

- При условии заработка 2000 у.е в месяц, приложение окупится за 12 месяцев, то есть за год
- Вероятно, с повышением популярности приложения, за первые полгода доход может вырасти, что приведет к ускорению окупаемости.



Спасибо за внимание!

Белокрыс Дмитрий
МГИИТ им Ю.А. Сенкевича