

# БРЕНДИНГ ТУРИСТСЬКОЇ ДЕСТИНАЦІЇ «МІСТО КАНІВ»



Брендинг – це процес просування товару та закріплення товару/послуги на ринку.

- **Мета брендингу :**  
закріплення конкурентних позицій на ринку та покращення відношення клієнта до товару або послуги



Бренд = (Продукт + Назва+Асоціація)+  
Емоція



Tourism Australia

- Туристичний брендинг – це широкий спектр напрямів діяльності, що дозволяє створити імідж туристичного бренду, який передає весь комплекс атрибутів споживачеві щодо якості, ціни і статусу туристичного бренду.



**Мукачево**  
ММММ...



# Виділяють 3 типи туристичного брендингу :

- КРАЇНИ
- РЕГІОНУ
- МІСТА



**UKRAINE**

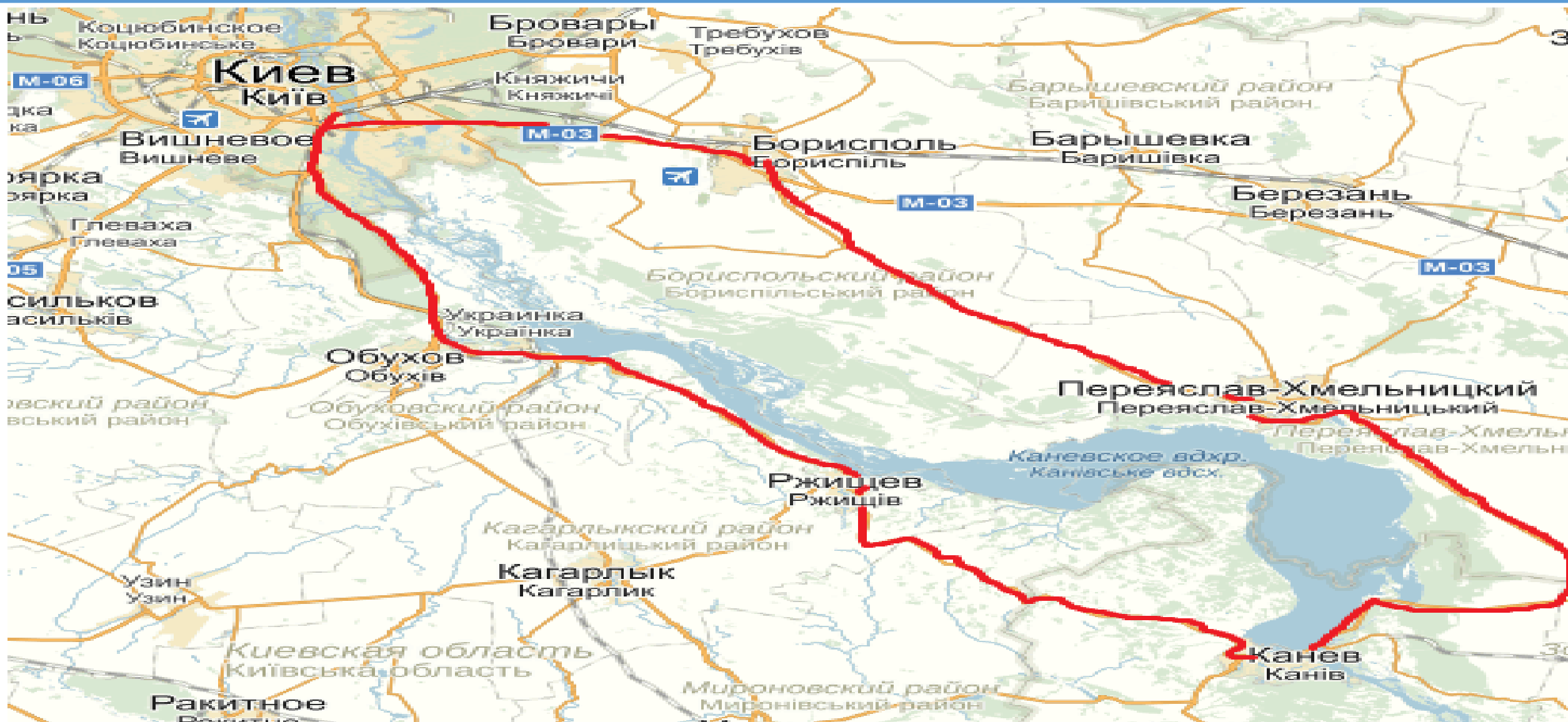
~It's all about U~

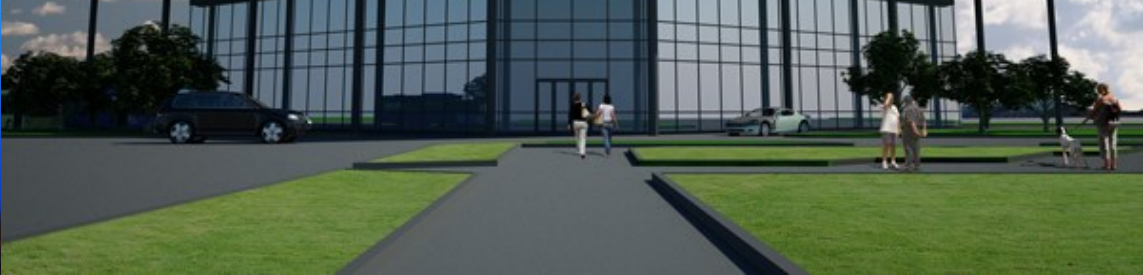


**ЧЕРНІВЦІ**

Унікальність в розмаїтті

# Місто Канів, як туристська дестинація





Ресурси  
м.Канів

```
graph TD; A[Ресурси м.Канів] --- B[Природні]; A --- C[Історико-культурні]; A --- D[Події]
```

Природні

Історико-  
культурні

Події



# Природні ресурси



# Історико-культурні ресурси



www.shukach.com  
Аероп фото: Vikont

© vifslav@ukr.net

# Подієві ресурси



# Готельне господарство



# РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО



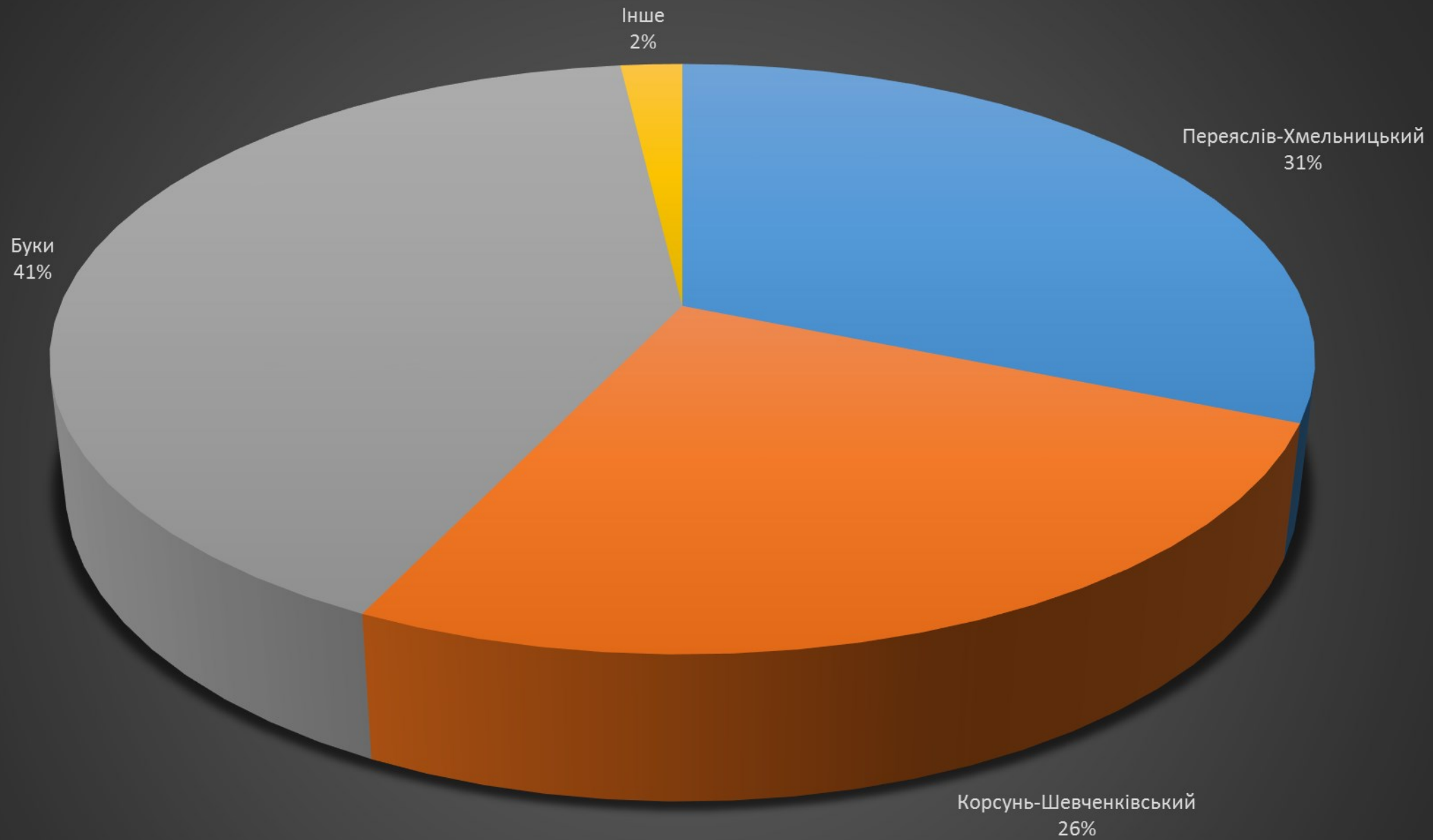
# Проблеми :





## Основні конкуренти дестинації





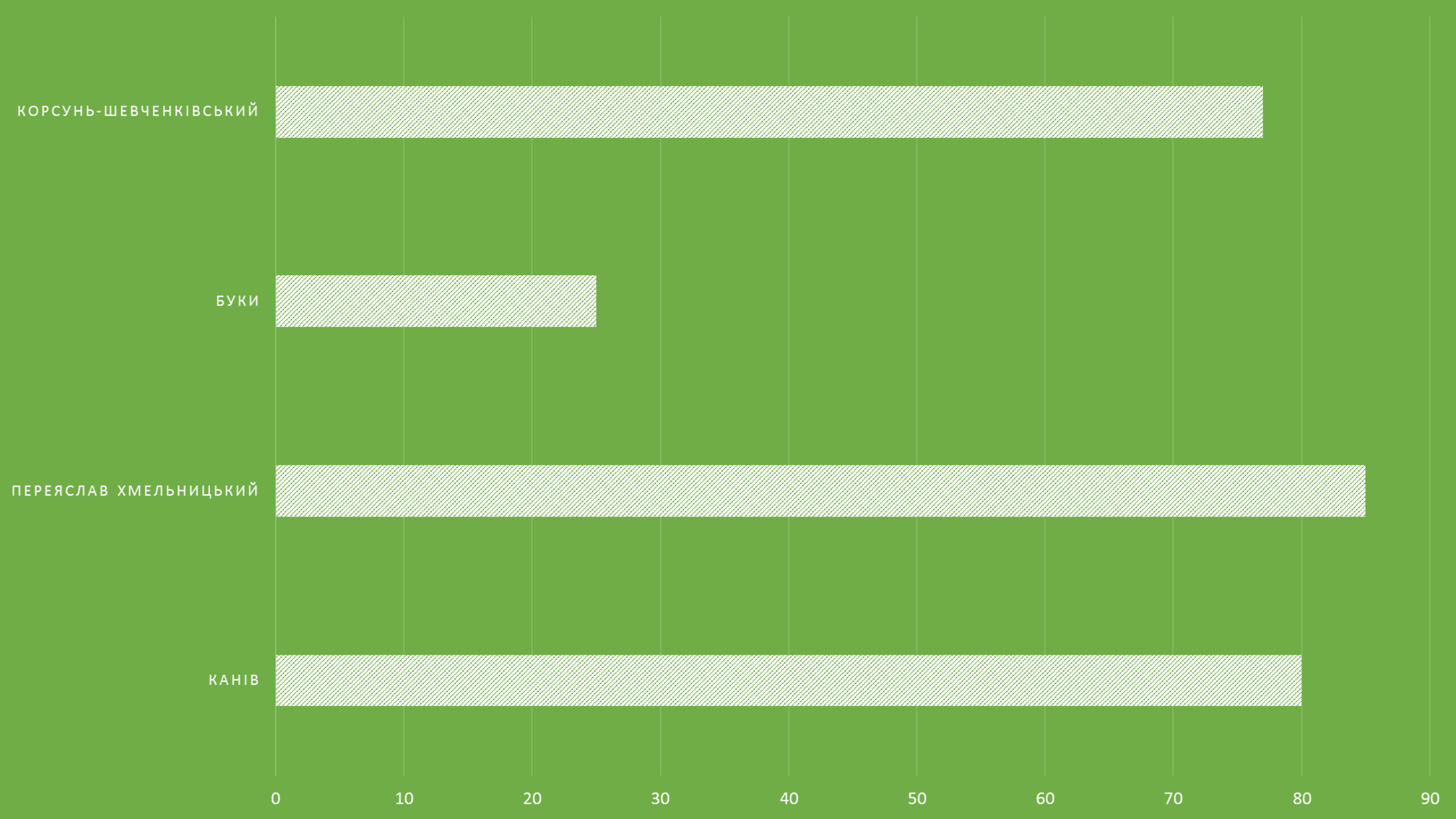
■ Переяслів-Хмельницький ■ Корсунь-Шевченківський ■ Буки ■ Інше



# Імідж оцінений за наступними критеріями :

- Природно кліматичні умови для відпочинку та рекреації
- Соціальна стабільність та безпека
- Транспортна доступність
- Духовна привабливість центрів релігійного паломництва
- Привабливість пам'яток історії
- Культурно-освітня привабливість
- Наявність розважальних закладів
- Інвестиційний клімат та легкість ведення бізнесу
- Згадуваність міста в інформаційному просторі





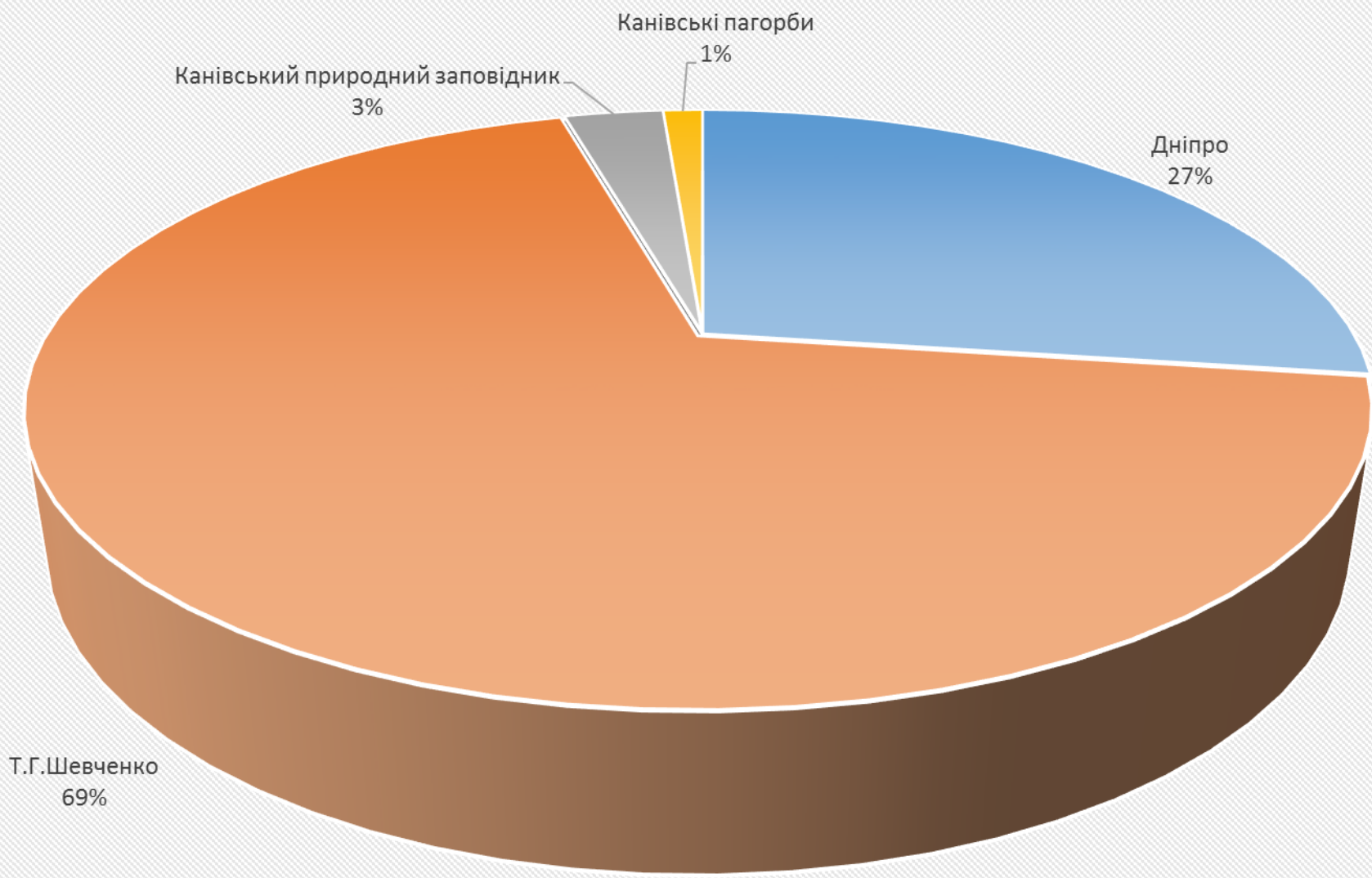
КОРСУНЬ-ШЕВЧЕНКІВСЬКИЙ

БУКИ

ПЕРЕЯСЛАВ ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

КАНІВ

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90



- Дніпро
- Т.Г.Шевченко
- Канівський природний заповідник
- Канівські пагорби

Т.Г.Шевченко  
69%

Канівський природний заповідник  
3%

Канівські пагорби  
1%

Дніпро  
27%

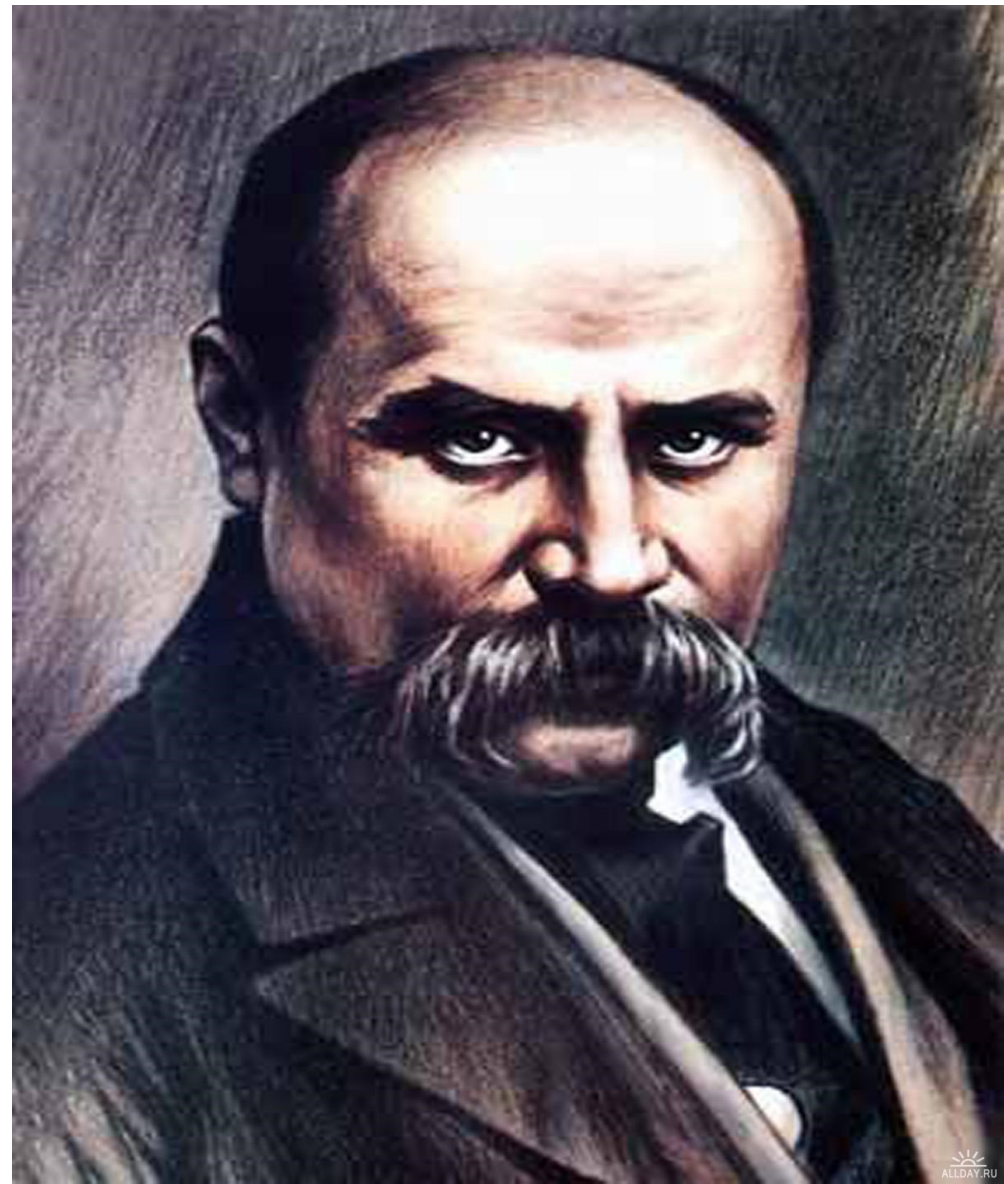
# Основні концепції

- Канів – дух Кобзаря
- Канів - частина української культури
- Канів – місто історії
- Канів – екологічно чисте місто (місто парків та Дніпра)



# Концепція: Канів – місто Т.Г. Шевченка

- *Т.Г. Шевченко, як символ Українського духу*
- *Шевченко як пророк*
- *Шевченко, як світоч української літератури*
- *Канів – місто української культури та традицій*
  
- *Слогани концепції :*
- *Канів- відчуй український дух*
- *Канів- побач все на власні очі*
- *Канів- доторкнись до своєї культури*
- *Канів- знайди свого Шевченка*





**ЧАСТИНА  
УКРАЇНСЬКОЇ  
КУЛЬТУРИ**

*КАНІВ*



*ПОБАЧ  
ВСЕ НА  
ВЛАСНІ  
ОЧІ*



**КАНІВ**

# Концепція «Канів місто екології»

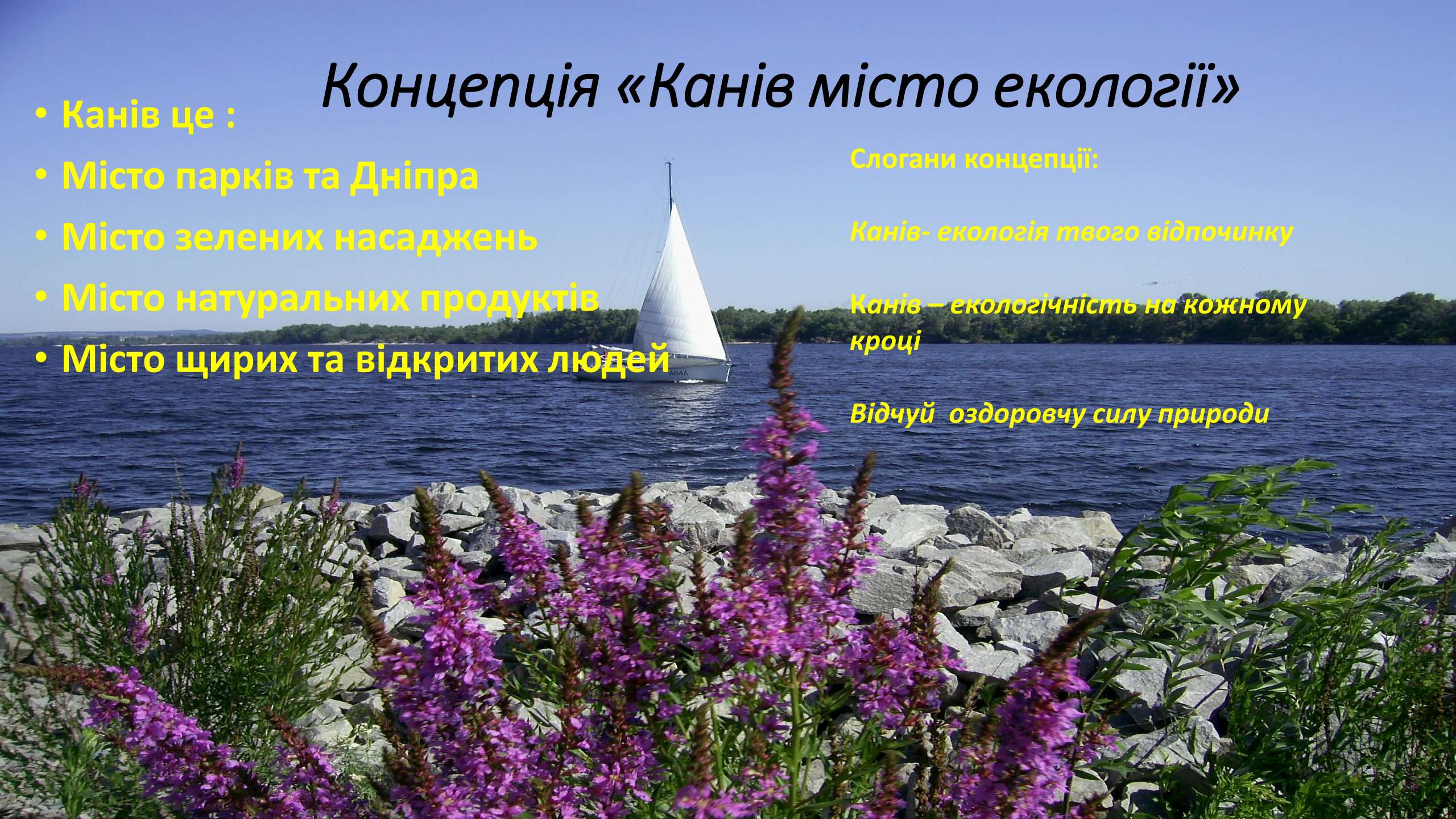
- Канів це :
- Місто парків та Дніпра
- Місто зелених насаджень
- Місто натуральних продуктів
- Місто щирих та відкритих людей

Слогани концепції:

*Канів- екологія твого відпочинку*

*Канів – екологічність на кожному кроці*

*Відчуй оздоровчу силу природи*





**Екологія твого  
відпочинку**

*К.А.Н.І.В.*





*ПІВОЯ  
ПОЗИТИВНА  
ЕМОЦІЯ*



**К А Н І В**



# Загальна концепція міста Канів

- *Канів – знайди свою емоцію*
- *Канів – місто твоїх емоцій*
- *Канів – твої нові емоції*





*МІСЦІО  
ПІВОЇХ  
ЕМОЦІЙ*

*КАЖІВ*

The logo features a central silhouette of a person in profile, holding a camera up to their eye. The person is surrounded by several thick, colorful, swirling lines in red, yellow, green, and blue. The text 'Твої нові емоції' is written in a purple, cursive font above the person, and 'КАНІВ' is written in large, bold, red capital letters at the bottom.

*Твої нові  
емоції*

**КАНІВ**

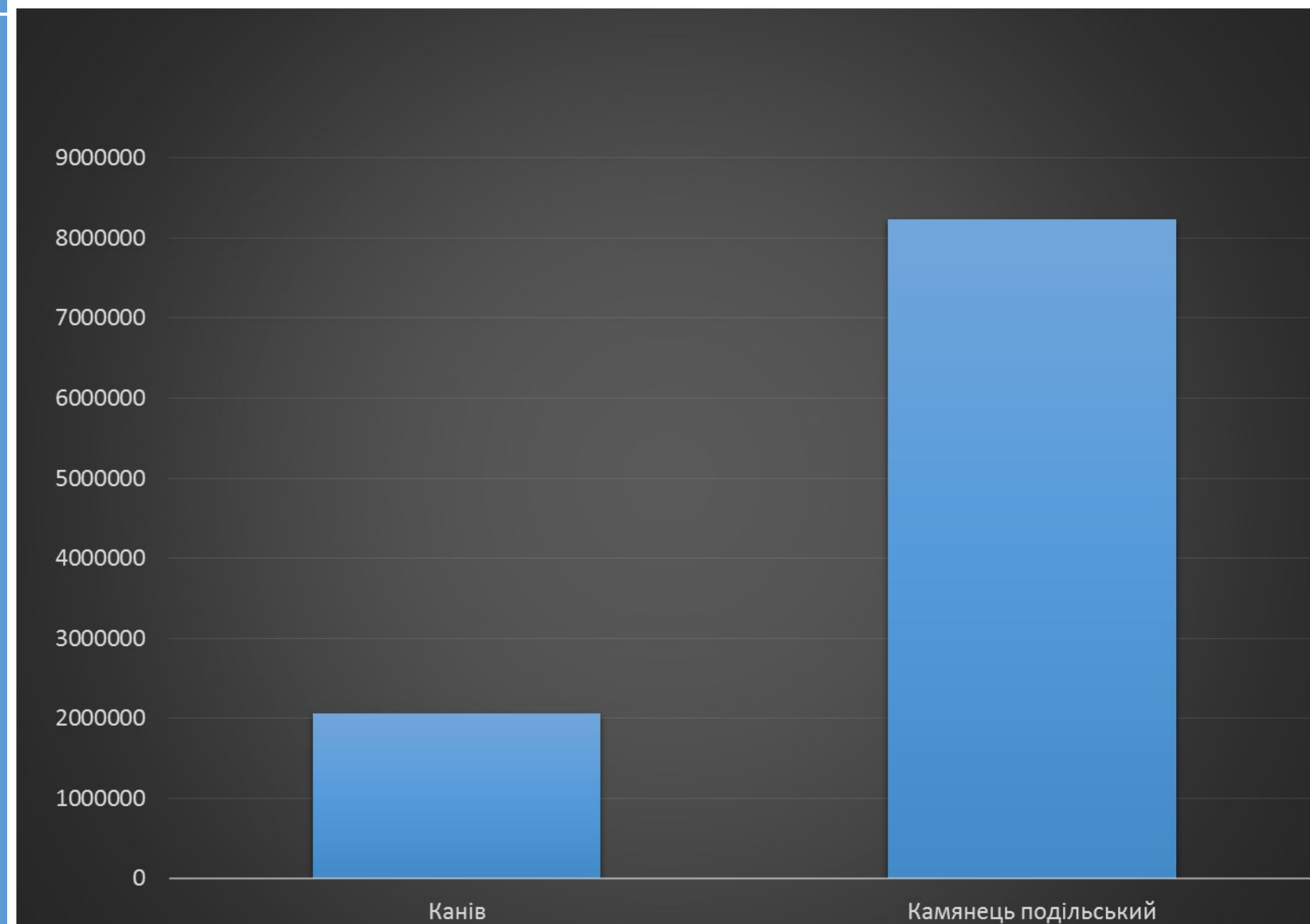


*Бренд міф*

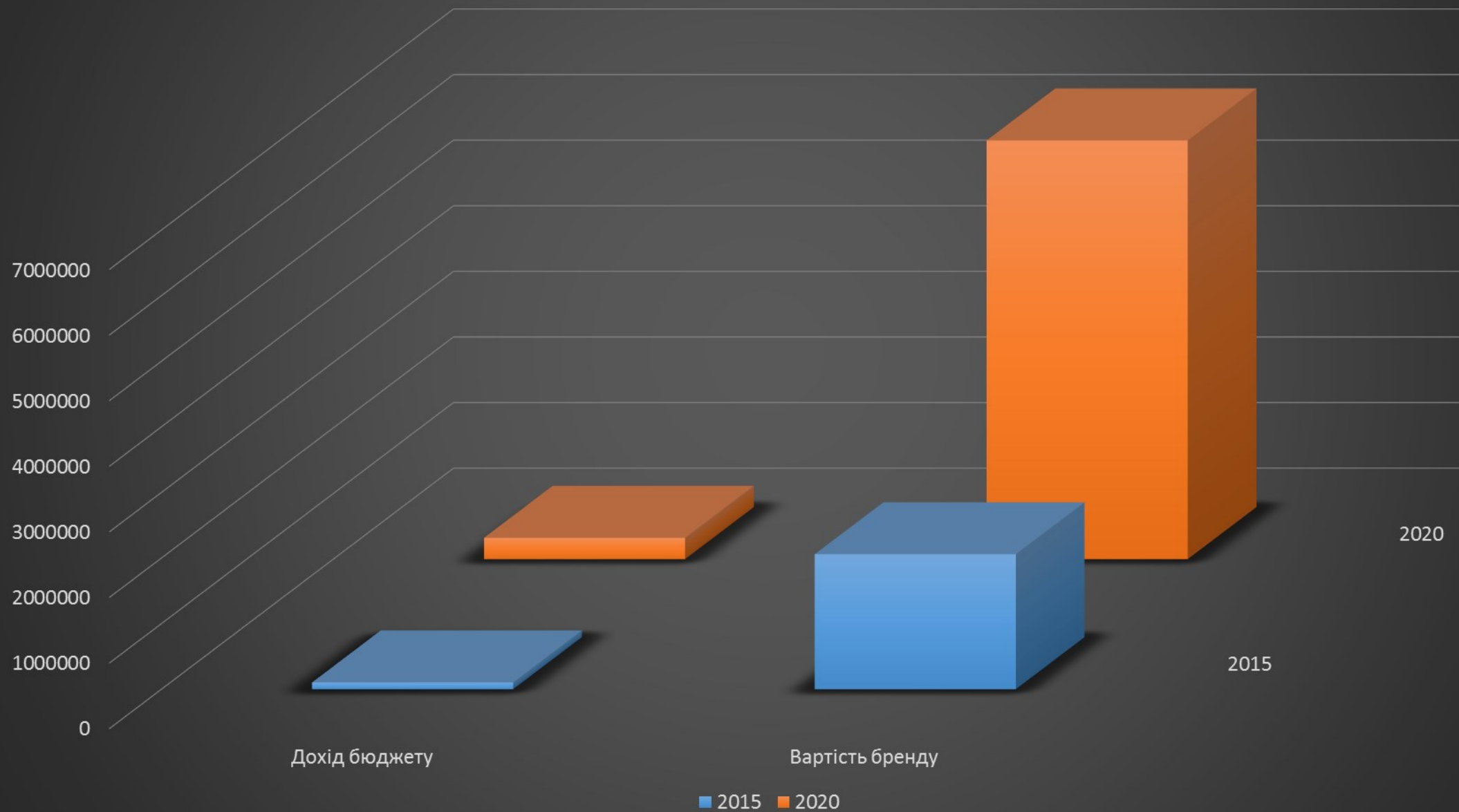
# Ефективність брендингу

Вартість назви «Канів» до проведення брендингу , станом на 2015 рік = **2059200 грн**

Вартість бренду «Камянець-Подільський» на 2015 рік = **8236800 грн**



# ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ БРЕНДИНГУ ДЛЯ ТУРИСТСЬКОЇ ДЕСТИНАЦІЇ М.КАНІВ





# Роялті бренду – 8,4 %

- Додатково 27167 грн в рік!!!!



# Соціальний ефект :

- збільшення населення міста, зменшення еміграційних процесів;
- покращення рівня охорони здоров'я та освіти;
- зменшення рівня злочинності;
- покращення конкурентоспроможності трудових ресурсів;
- збільшення числа зайнятих;
- покращення транспортної інфраструктури;
- покращення транспортного сполучення з великими містами;
- збільшення кількості інвесторів;
- збільшення кількості робочих місць;
- збереження культурно-історичних пам'яток;
- покращення екологічної ситуації в місті;
- підвищення гордості населення за своє місто



## *Канів 2020 це :*

- місто відпочинку вихідного дня*
- місто фестивалів*
- місто української самобутності*
- Потужна туристська дестинація Черкаської області та України.*



МОНУМЕНТ  
ПІСЛЯ  
ВІЙНИ  
1945  
РОКУ  
ВІСНОВУ  
МІСТА  
КАНІВ  
УКРАЇНИ

*ВІДВІДАЙТЕ МІСТО КАНІВ, І ЗНАЙДІТЬ  
СВОЮ ЕМОЦІЮ)*



*Твої нові  
емоції*

**КАНІВ**