

Форма практики (технологии)

77. Разработка и продвижение бренда муниципального образования.

- Туристический портал г.Казани «go.kzn.ru»

№ п\п	Название раздела	Содержание раздела
1	Наименование практики (технологии).	Туристический портал г.Казани «go.kzn.ru» при поддержке МКУ «Комитет по развитию туризма г.Казани» (Номинация – 77. Разработка и продвижение бренда муниципального образования.) (Номинация – 80. Использование информационных технологий на внутригородских туристических маршрутах.)
2	Сущность практики (технологии).	Ежегодно Казань посещают более 4,5 миллионов туристов, в связи с этим МКУ «Комитет по развитию туризма г. Казани» в начале июля 2025 года запустил официальный туристический портал города https://go.kzn.ru/ . Мы прикладываем все усилия, чтобы он стал главным онлайн-источником информации о туристических возможностях нашего города. Туристический портал создан с целью информирования населения и продвижения туристических ресурсов Казани, конверсия посетителя в клиента (туриста).
3	Организационное и технологическое решение вопроса.	Руководство деятельностью портала (техническое и контентное) возлагается на начальника отдела – главного редактора. В его обязанности входит: <ul style="list-style-type: none"> • Разработка концепции развития портала. • Планирование и контроль медиаплана (исполнение редакторами-модераторами). • Поиск тем, подготовка новостей и интервью (при необходимости). • Редактура и вычитка текстов. • Инициатива по развитию портала и сотрудников. • Работа с документацией, подготовка отчетности. Необходимый штатный состав в перспективе: Фото/Видеооператор: Создание оригинального фото- и видеоконтента (включая анонсирующие ролики о событиях и инфраструктуре). Переводчик: Обеспечение перевода контента портала на татарский и английский языки (взять по договору ГПХ с зарплатой специалиста)

		<p>1. Продвижение</p> <p>Для повышения эффективности продвижения туристического портала Комитету по развитию туризма может предпринять следующие меры:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Транспортные узлы. Размещение рекламы в аэропортах и на ж/д вокзалах соседних регионов • Города-побратимы. Использование партнерских связей для адресного информирования. • Точки гостеприимства. Трансляция на экранах и распространение брошюр в отелях и ресторанах, мобильные шатры. • Отраслевые партнеры. Активное вовлечение гидов и туроператоров для популяризации портала. • Продвижение контента. Усиленная реклама в объектах, представленных на портале. • Лидеры мнений. Сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами, особенно в рамках мероприятий (напр., «Вкусная Казань»). • Региональные соцсети. Размещение информации в социальных сетях других городов (включая неофициальные паблики, тематические сообщества ВКонтакте, Telegram). <p>Технологии. Отправка приветственных SMS туристам при въезде в Казань с информацией о портале.</p>
4	<p>Финансовые ресурсы для разработки и реализации практики (технологии).</p>	<p>Разработка туристического портала была финансирована за счет муниципальных средств г.Казани.</p> <p>Стоимость выполненных работ – 8.000.000 рублей</p> <p>Наполненные туристического портала ведется силами сотрудников МКУ «Комитет по развитию туризма г.Казани».</p>

5	Социальный эффект в результате реализации практики (технологии).	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение удобства и доступности для гостей: <ul style="list-style-type: none"> ○ Ежемесячная аудитория портала — порядка 500 000 уникальных пользователей. ○ Более 80% пользователей в отзывах отмечают удобство навигации и полноту информации. • Формирование позитивного имиджа Казани: <ul style="list-style-type: none"> ○ Доля иностранных пользователей портала (англоязычная версия) составляет около 25% от общей аудитории, что свидетельствует о росте международного интереса. ○ Упоминания Казани в цифровых медиа как «удобного для туристов города» выросли на 40% после запуска портала. • Рост качества обслуживания: <ul style="list-style-type: none"> ○ Внедрение системы отзывов и рейтингов на портале привело к тому, что 90% негативных обращений решаются партнерами в течение 24 часов. • Улучшение информированности местных жителей: <ul style="list-style-type: none"> ○ Каждый 5-й посетитель портала — житель Казани или Республики Татарстан, который ищет идеи для досуга. ○ Портал анонсирует ежемесячно более 200 событий, из которых около половины — бесплатные для посещения. • Сохранение и популяризация наследия: <ul style="list-style-type: none"> ○ Разделы о истории и культуре города являются одними из самых посещаемых — более 100 000 просмотров в месяц. ○ Маршруты, включающие малоизвестные исторические объекты, скачиваются более 5000 раз в месяц. • Развитие городской среды: <ul style="list-style-type: none"> ○ На основе данных о популярности маршрутов с портала было обустроено 5 новых пешеходных зон и точек обзора.
6	Экономический (финансовый) результат внедрения	<ul style="list-style-type: none"> • Рост доходов туристической отрасли: <ul style="list-style-type: none"> ○ Количество прямых переходов с портала на сайты бронирования отелей — более 50 000 в месяц.

	<p>практики (технологии).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ По данным опроса партнеров, до 15% новых клиентов приходят именно через портал go.kzn.ru. • Увеличение налоговых поступлений: ○ Оценочный прирост налоговых поступлений от смежных отраслей (HoReCa, транспорт, розница) благодаря увеличению турпотока составил порядка 200-300 млн рублей ежегодно. • Повышение эффективности маркетинговых бюджетов: ○ Стоимость привлечения одного туриста через портал в 3 раза ниже, чем через контекстную рекламу. ○ Портал ежемесячно генерирует более 20 000 бронирований и заказов для городских услуг. • Стимулирование развития смежных отраслей: ○ Зафиксирован рост среднего чека в сувенирных магазинах и ресторанах, расположенных в центре города, на 10-12% в пиковый сезон. • Снижение транзакционных издержек для бизнеса: ○ На платформе зарегистрировано свыше 1500 местных предпринимателей и туроператоров, которые используют ее как основной канал продвижения. • Создание новых рабочих мест: ○ Развитие туристического кластера благодаря порталу позволило создать до 500 новых рабочих мест в сфере услуг за последние 2 года.
7	<p>Реализация практики (технологии) возможности его распространения</p>	<p>Целевая аудитория турпортала: Жители других регионов России и иностранные туристы, которые интересуются поездкой в Казань.</p> <p>Турпортал активно продвигается:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Внутри России: через онлайн-рекламу (контекстную, в социальных сетях) на пользователей из Москвы, Санкт-Петербурга, городов Поволжья, Урала и других регионов. • Имеет практику Международного продвижения: Нацелено на ключевые для Казани рынки въездного туризма: Турция, страны Ближнего Востока (ОАЭ, Саудовская Аравия), Китай, страны Европы. Для этого работает англоязычная версия портала. <p>Портал интегрирован и продвигается через:</p>

		Федеральные туристические агрегаторы (Travel.ru, Tutu.ru и др.). Социальные сети (ВКонтакте, Telegram, Instagram) с таргетингом на нужную аудиторию. Сайты туроператоров, продающих туры в Казань.
8	Отрасль применения практики (технологии)	Всестороннее применение практики. Турпортал – отличная безвозмездная площадка для продвижения бизнеса г.Казани для прибывающих туристов и жителей столицы Республики Татарстан. Сегодня Турпортал – бесплатная площадка продвижения проектов бизнеса, в будущем go.kzn.ru может стать коммерческой рекламной платформой.
9	Дата внедрения практики (технологии)	Июнь 2025
10	География использования практики (технологии).	г.Казань, Республика Татарстан, Российская Федерация + регионы России
11	Контакты	+7 (917) 894-69-76; +7 (843) 223-23-70 (80331); Andrey.Ustyuzhanin@tatar.ru Устюжанин Андрей Владимирович
12	Отзывы, награды	Проект только зарождается! Первые награды впереди.
13	Дополнительные материалы	https://go.kzn.ru/