



ПІДСУМКИ 2018

Львівський туристичний офіс

МАРКЕТИНГ МІСТА



Промотури

- 10 FAM турів
- 118 учасників
- 6 країн
- ✓ Канада
- ✓ Іспанія
- ✓ Норвегія
- ✓ Індія
- ✓ КНР
- ✓ Литва



Промотури

7 прес-турів

21 учасник

5 країн

✓ КНР

✓ Канада

✓ Німеччина

✓ Велика Британія

✓ Польща



Прийом блогерів

- 16 учасників
- 5 країн
 - ✓ Велика Британія
 - ✓ Німеччина
 - ✓ Канада
 - ✓ Казахстан
 - ✓ Польща



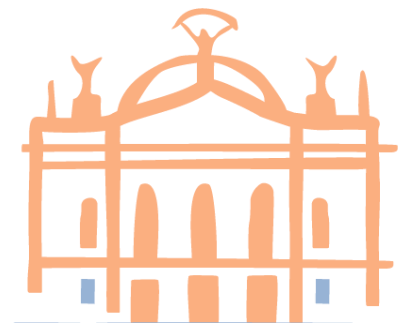
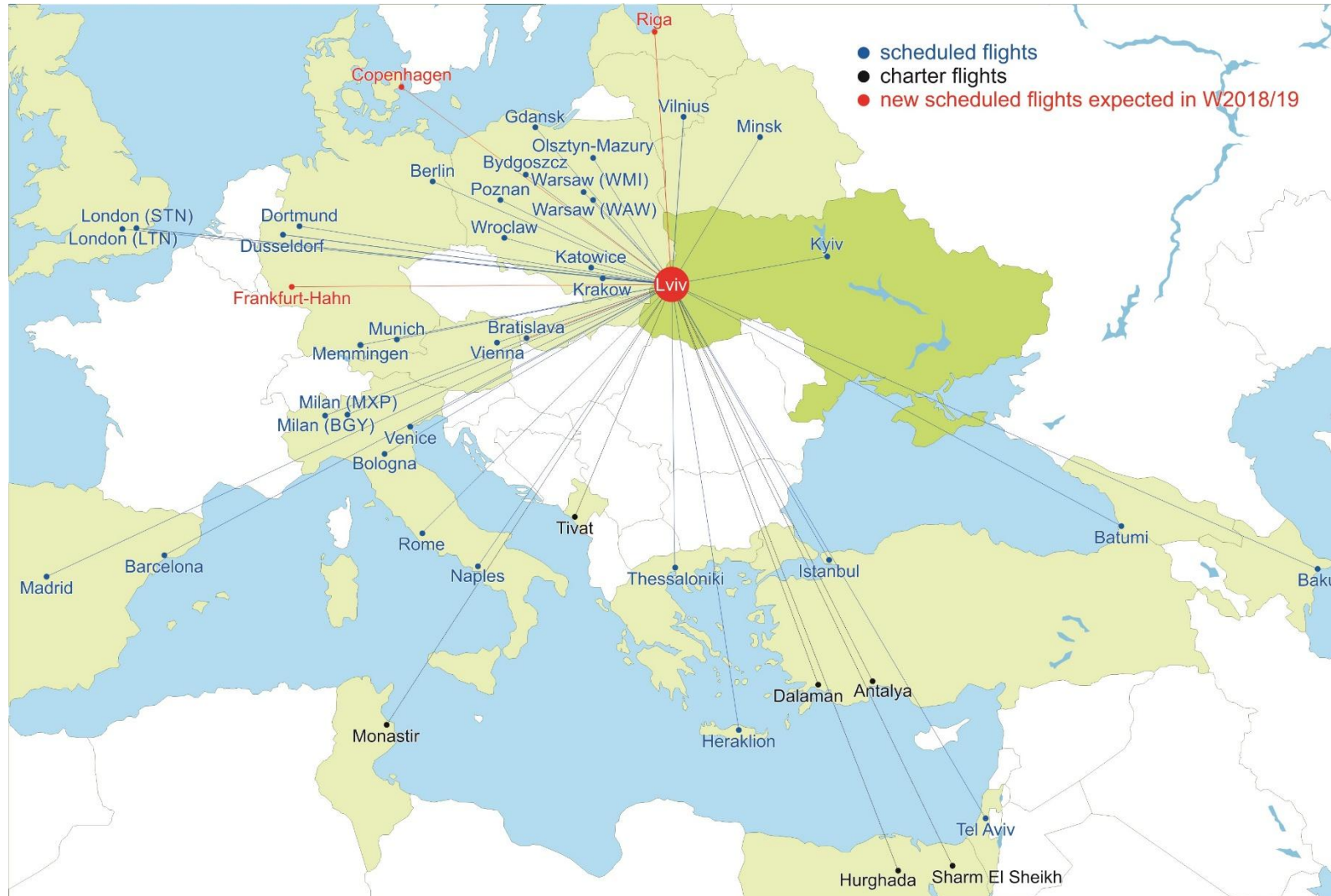
Виставки

Іноземні – 6

Українські - 11

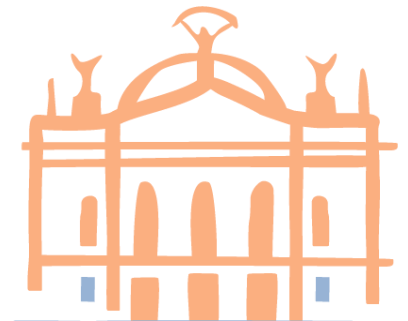


НОВІ НАПРЯМКИ ЗІ/ДО ЛЬВОВА



ДИНАМІКА АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ АЕРОПОРТУ «ЛЬВІВ»

	Січ.-Гру.2017	Січ.-Гру.2018	Приріст, %
Пасажиропотік, '000	1079,9	1597,7	48%
Міжнародні	905,9	1390,4	53,5%
Внутрішні	174,0	207,3	19,1%
Рейси	11 983	15 429	29%
Міжнародні	9 559	12 901	35,0%
Внутрішні	2 424	2 528	4,3%

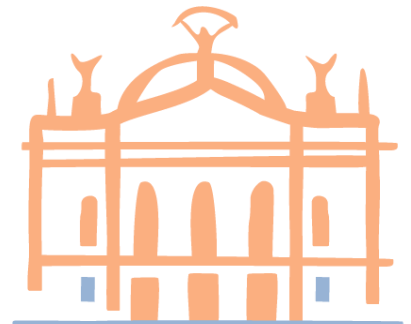


ЗАХОДИ



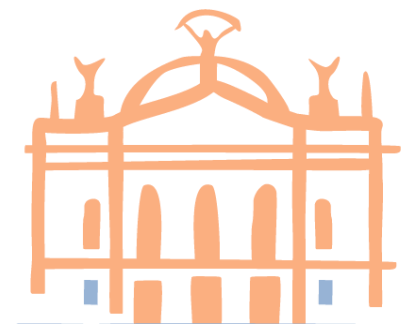
ФОРУМ ГІДІВ

- ✓ 13 спікерів
- ✓ 130 гідів та екскурсоводів-учасників



МІЖНАРОДНИЙ ДЕНЬ МУЗЕЇВ

- ✓ 25 музеїв-учасників
- ✓ понад 1700 відвідувачів



ЛЬВІВСЬКИЙ ГРАФІТІ-ФЕСТИВАЛЬ ALARM'18

- ✓ 3 нові вуличні галереї
- ✓ 60 графіті-художників



ДНІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ СПАДЩИНИ

- ✓ 80 співорганізаторів
- ✓ 1 700 відвідувачів
- ✓ 75 екскурсій



European Cities Marketing Tourist Information Centres Expert Meeting

- ✓ 72 учасника
- ✓ 46 міста ЄС
- ✓ 26 країн



Lviv City Card

- ✓ 24/48/72 годин дії
- ✓ 16 закладів культури
- ✓ електротранспорт
- ✓ знижки у 26 локацій-партнерів



ГРОМАДСЬКА РАДА



СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ПРОЕКТИ



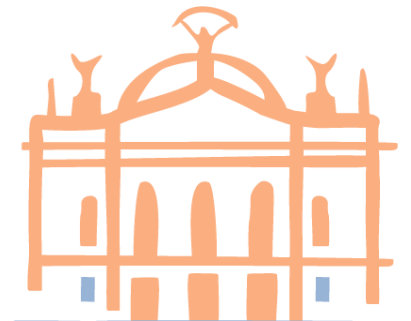
МАРШРУТ ПО ПІДЗАМЧЕ LVIV WALKING

Ескіз стінопису за адресою вул. Б. Хмельницького, 105 (Львів)

Автор ескізу малюнку: Тарас Довгалюк (Львів)

Розмір стіни: 10x12м

Абстрактна композиція



МОЛОДІЖНЕ ОБ'ЄДНАННЯ «ГРАНІТ»

Створення нових туристично-привабливих локацій та потенційно нового туристичного маршруту у Львові

✓ Бюджет – 65 400 грн.



КЛАСТЕР ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПОЛІГРАФІЇ

Літературна мапа Львова

✓ Бюджет – 40 800 грн.



МІСІЯ ЛЬВОВА ТУРИСТИЧНОГО –2021

ЛЬВІВ - МІСТО, ЩО ПРИВАБЛЮЄ, НАДИХАЄ

ТА ВИКЛИКАЄ БАЖАННЯ ПОВЕРТАТИСЯ

ВІЗІЯ ЛЬВОВА

ЛЬВІВ – гостинне місто, що є цікавим завдяки
нашій багатогранності, креативності та
динамічному розвитку

ЛЬВІВ - місто, що зберігає свою
автентичність, забезпечує доступність,
екологічність та безпеку

ЦІЛЬ ЛЬВОВА ТУРИСТИЧНОГО

Збільшення надходження в бюджет на 20 %
щороку зі збільшенням частки іноземних
туристів на 10% та збільшенням
міжнародних конференцій на 15% щорічно

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОБОТИ

I. Аналітика

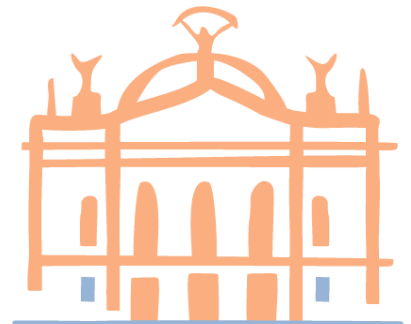
II. Нові локації та продукти

III. Інфраструктура

IV. Маркетинг та просування

V. PR та комунікації

VI. Персонал



I. Аналітика

- Аналітика всіх наявних ресурсів міста
- Аналіз кількості туристів згідно даних мобільних операторів
- Аналіз потенційних нових туристичних ринків, інтересів ринку/попиту
- Проведення кількісних та якісних соціологічних опитувань
- Аналіз ефективності маркетингових заходів, участі у виставках
- Співпраця з міжнародними платформами з бронювання житла для отримання статистичної інформації (зокрема, Booking)

II. Нові локації та продукти

- Створення нових туристичних продуктів для українського ринку
- Створення нових туристичних продуктів для міжнародного ринку
- Створення нового туристичного продукту Львів + (для довготривалих туристів)
- Створення пропозиції для **сімейного відпочинку**
- Створення пропозицій по **медичному туризму**
- Промоція Галицької кухні
- Створення комплексних авіа турів та продуктів «Львів+Будапешт+Прага+Відень+Краків» для Китаю, Індії, Америки

III. Інфраструктура

Комфорт, Безпека, Доступність, Транспорт

- Оновлена туристична навігація по місту
- Відкриття візового центру в аеропорту для Східних ринків
- Адаптованість культурних і мистецьких закладів для іноземних гостей (переклад, вказівники) та осіб з інвалідністю
- Впорядкування діяльності сфери оренди житла у Львові
- Проведення курсів домедичної допомоги для гідів, інших по бажанню
- Збільшити кількість паркомісць та збір для туристичних автобусів
- Створення хорошого сполучення між головними транспортними вузлами (аеропорт - зал.вокзал - автовокзал – центр)

IV. Маркетинг та просування

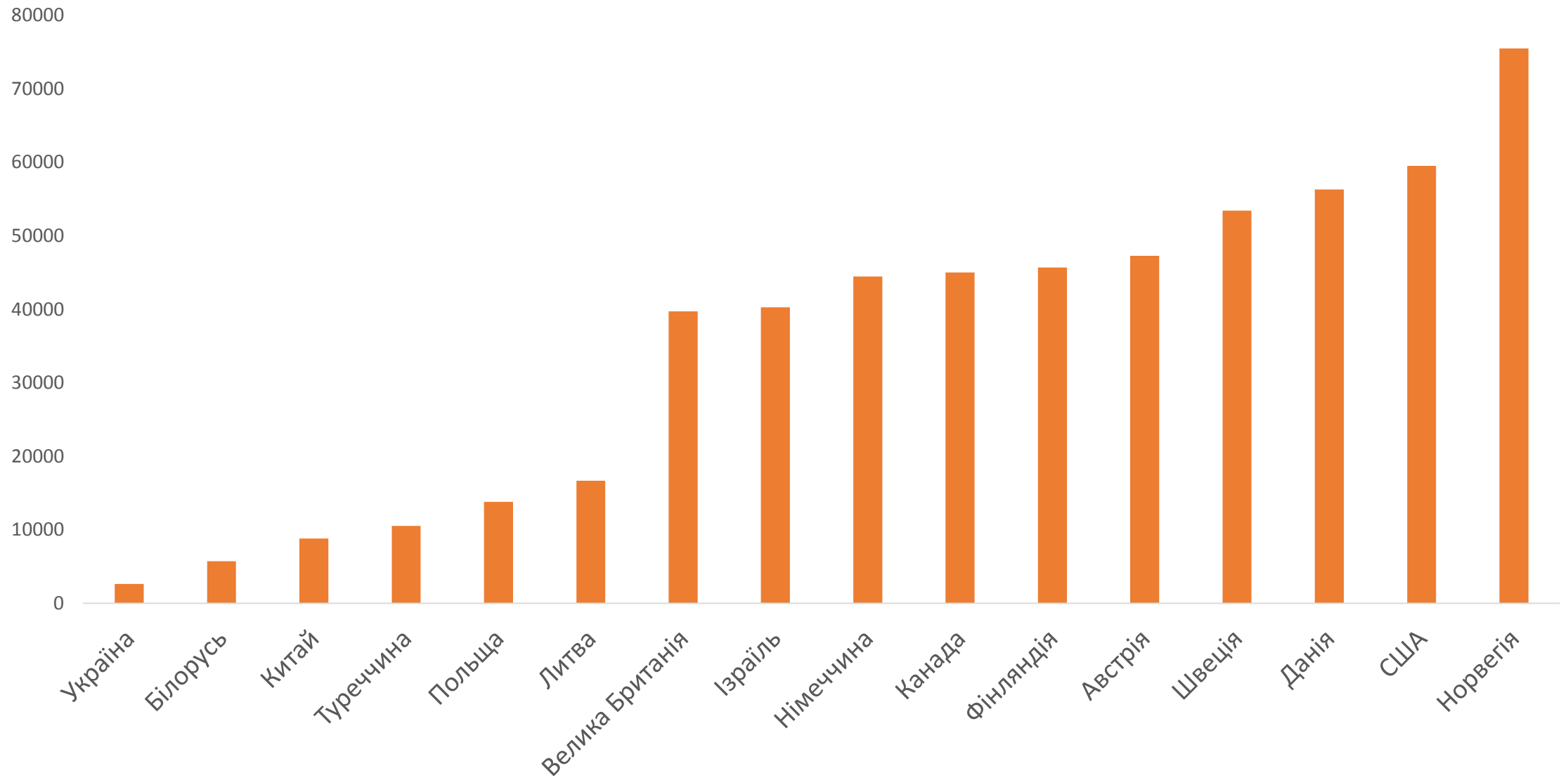
- Якісний сайт-візитка
- Активне просування нових туристичних продуктів у містах, де є пряме сполучення
- Вступ представників туристичного середовища Львова в міжнародні професійні асоціації, туристичні альянси з іншими країнами (Східної Європи)
- Промоція міста у міжнародних бізнес-середовищах
- Проведення роуд-шоу на цільовому ринку (Німеччина, Австрія)

АКТИВНА ПРОМОЦІЙНА КАМПАНІЯ
ЛЬВОВА В КИЄВІ ТА МІСТАХ,
ДЕ Є ПРЯМЕ СПОЛУЧЕННЯ

ІНШІ КРАЇНИ:

ВИСОКЕ ВВП+ЗРУЧНЕ СПОЛУЧЕННЯ

ВВП НА ДУШУ НАСЕЛЕННЯ



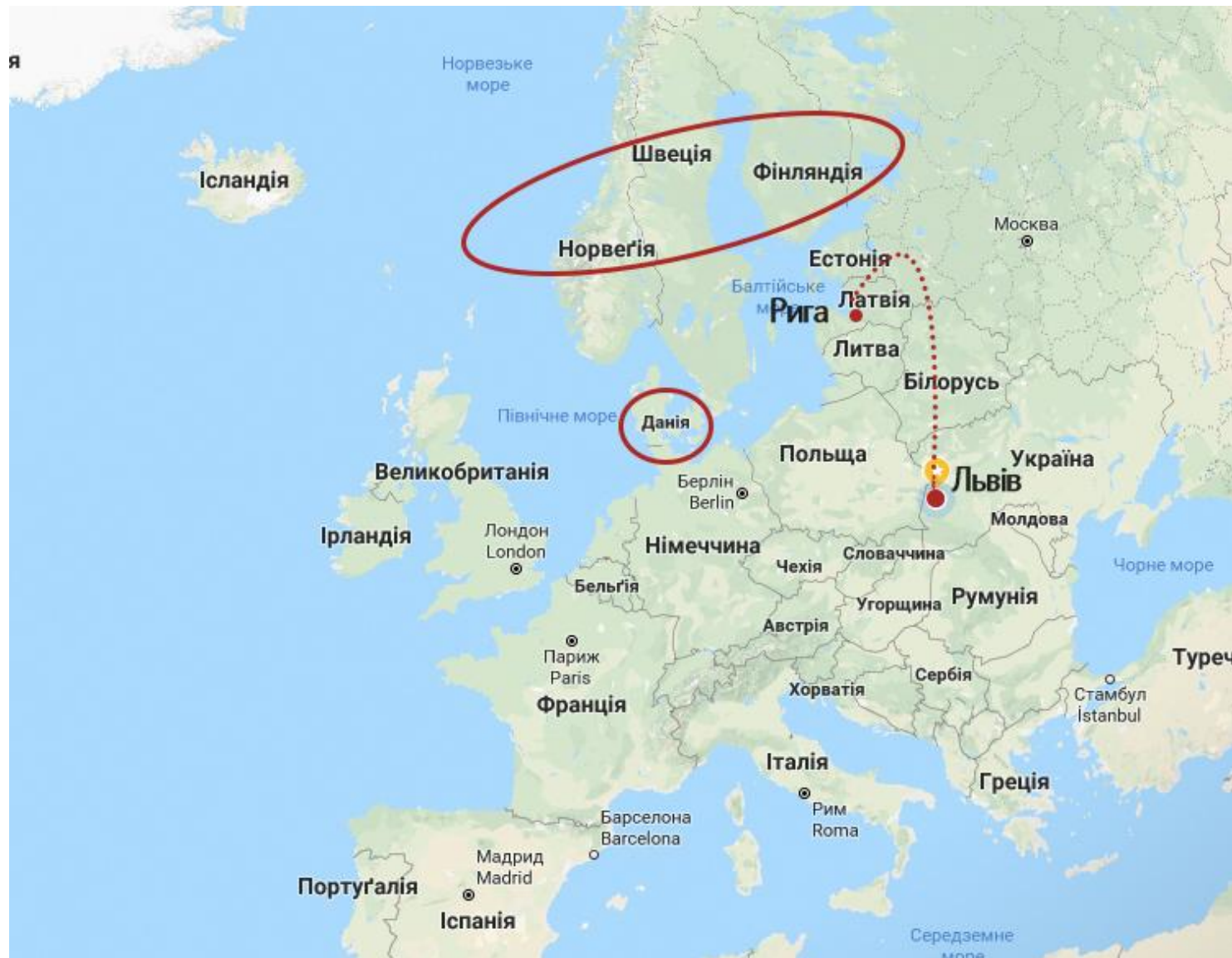


Німеччина, Австрія

- ПРЯМЕ СПОЛУЧЕННЯ ІЗ 5 МІСТАМИ НІМЕЧЧИНИ
- ТУРИСТИ ІЗ НІМЕЧЧИНИ – НАЙБАЖАНІШІ У ЄВРОПІ 😊
- РІК УКРАЇНИ В АВСТРІЇ
- ОКСАНА ЛИНІВ – ПОЧЕСНИЙ АМБАСАДОР ЛЬВОВА

- Львів – Латвія
(AirBaltic)

- Фінляндія, Швеція,
Норвегія, Данія

The logo for AirBaltic, featuring the word "airBaltic" in a bold, blue, sans-serif font on a yellow rectangular background.

РОБОТА НАД ПЕРСПЕКТИВНИМИ НАПРЯМКАМИ

КИТАЙ, США

ЩЕ РАЗ ПРО РИНКИ

- ПРІОРИТЕТ: Україна
- МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ: Польща, Німеччина + Австрія, Скандинавські країни, Ізраїль
- ПЕРСПЕКТИВНІ КРАЇНИ: Китай, США

V. PR та комунікації

- **Мешканці та учасники туристичного ринку**
- Залучення мешканців до обговорення напрямків роботи
- Збільшити кількість заходів, що є спільними для туристів та мешканців (такі як Дні європейської спадщини, Ніч у Львові)
- Якісна комунікація з учасниками туристичного ринку (CRM, дайджест тощо)
- Збільшити кількість B2B зустрічей для туристичного ринку, в тому числі несподівані поєднання 😊

VI. Персонал

Привітне місто – привітне середовище

Сфера гостинності

- Курси іноземних мов для сфери гостинності
- Покращення якості обслуговування таксистами, працівниками АЗС тощо
- Підвищення кваліфікації обслуговуючого персоналу
-

Заклади освіти

- Проведення аналітики по навчальних закладах (кількість студентів, напрямки підготовки, теми наукових робіт тощо)
- Лекції практиків туризму для студентів профільних напрямків у ВНЗ
- Активна участь студентів у спеціалізованих форумах

РЕМОНТИ В МУЗЕЇ МІСТА. 1 етап 1 черги

2018-2019 рр.

260 м кв.
5 439 600 грн.



- ✓ отримання відповідних погоджень та дозволів (експертиза, Мінкульт, ДАБІ)
- ✓ тендер, підписання договору (ТзОВ «Неодім Захід»)
- ✓ листопад 2018 р.: початок реставраційних робіт
- ✓ розробка та погодження ПКД із зовнішнього електропостачання

Проекти і заходи 2018

Музей Міста

травень-
листопад

2018

9 подій

> 800
учасників

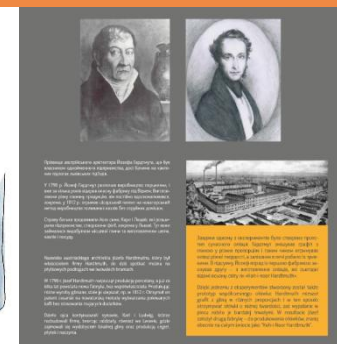
Міжнародний день музеїв

Майстерня міста

Дні європейської спадщини

Зустріч

Робота з середовищем



проект “Pop Up
Museum.
stop/play/repeat”

виставка на 1 день

семинар-інтенсив
“Музейна
комунікація”

проект “Покращена
спадщина”

дискусія, виставка,
майстер-клас

координація
програми,

виставка
“Десять
життєписів”

Лекція
«RRРеволюція
музею»

неформальні
зустрічі
музейників

Комплексна аналітика туристичного ринку

Кількісні показники

Якісні показники

Заклади розміщення

Людські потоки

ТІЦи

Аеропорт

Фінансові потоки

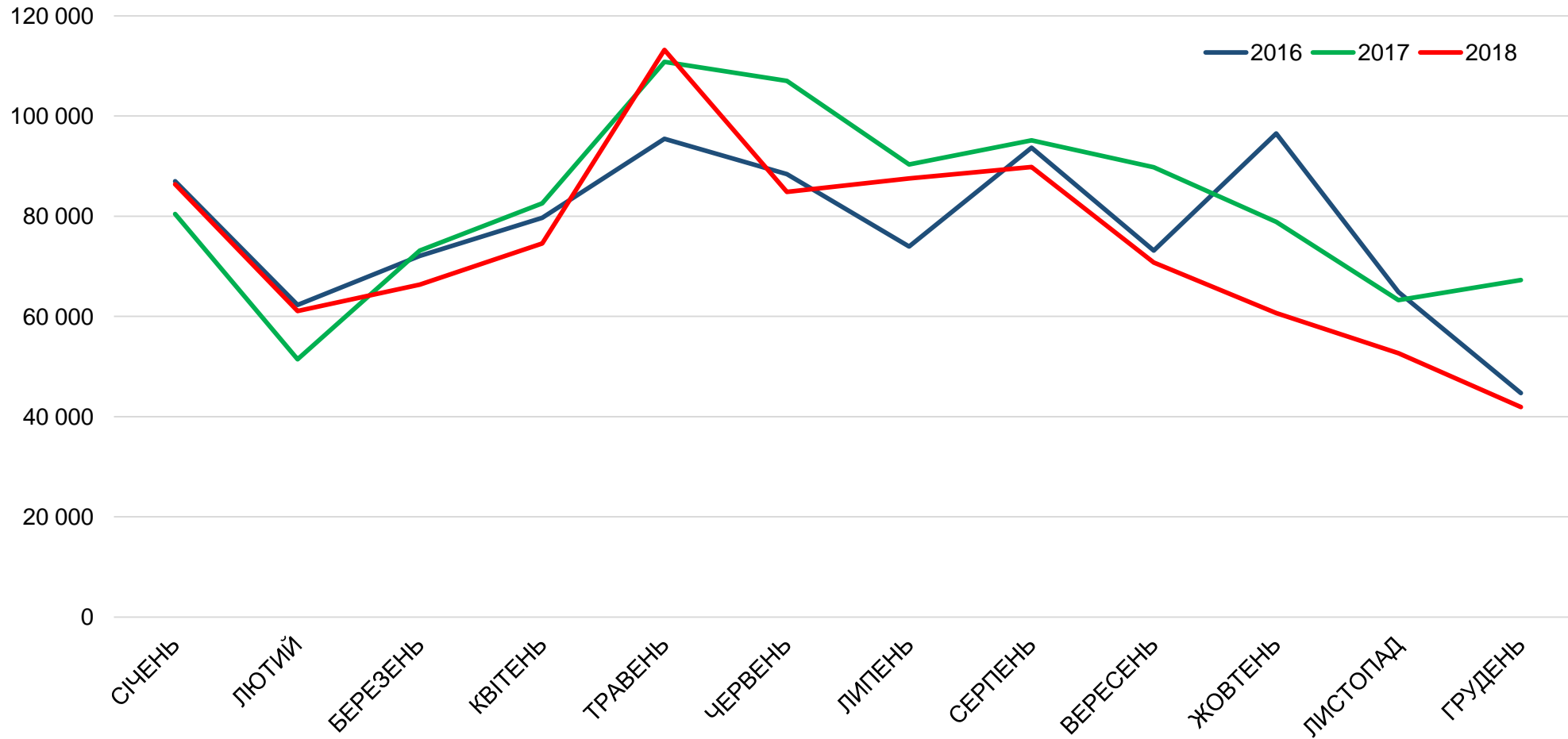
Дані Державної фінансової служби

Маркетингові дослідження в'їзних туристів

Профіль туриста



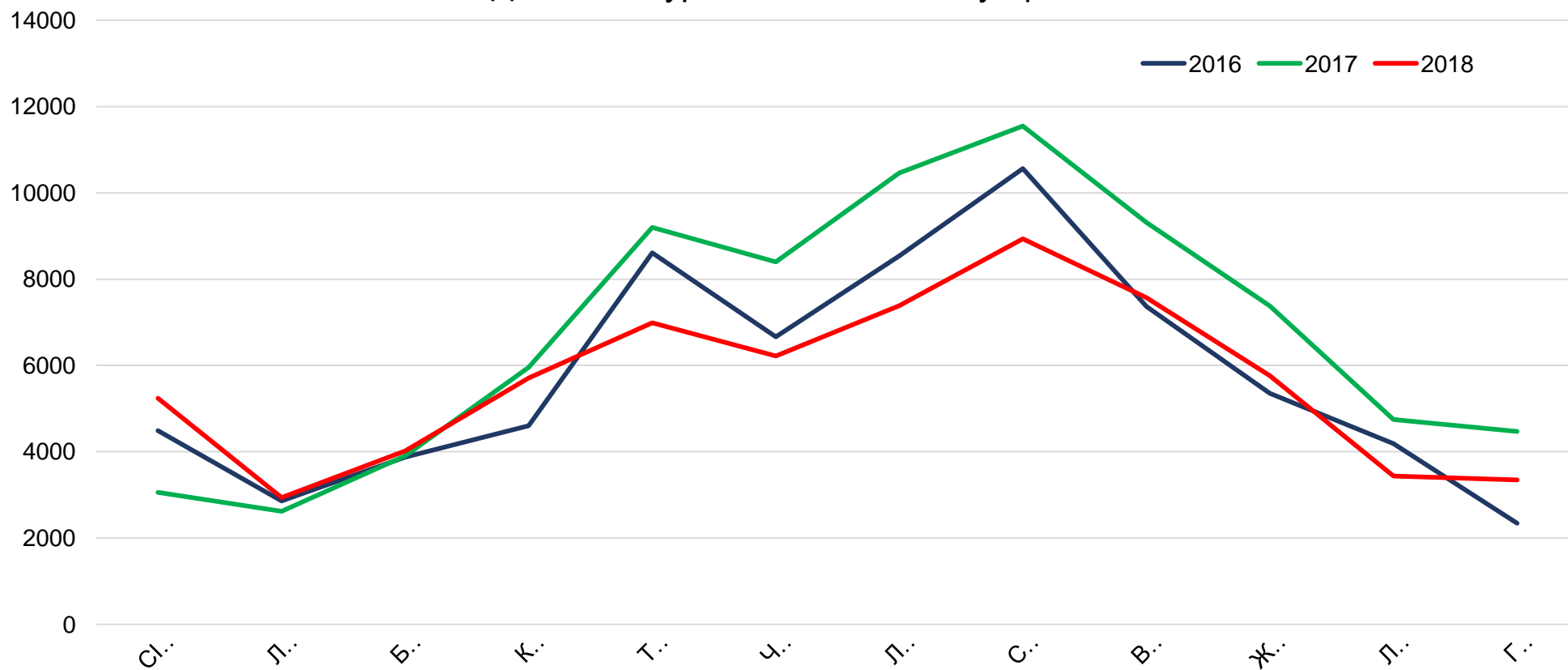
Динаміка туристичних потоків у готелях, осіб



Середня завантаженість готелів

2016 рік	2017 рік	↓	2018 рік
61 %	80 %		72 %

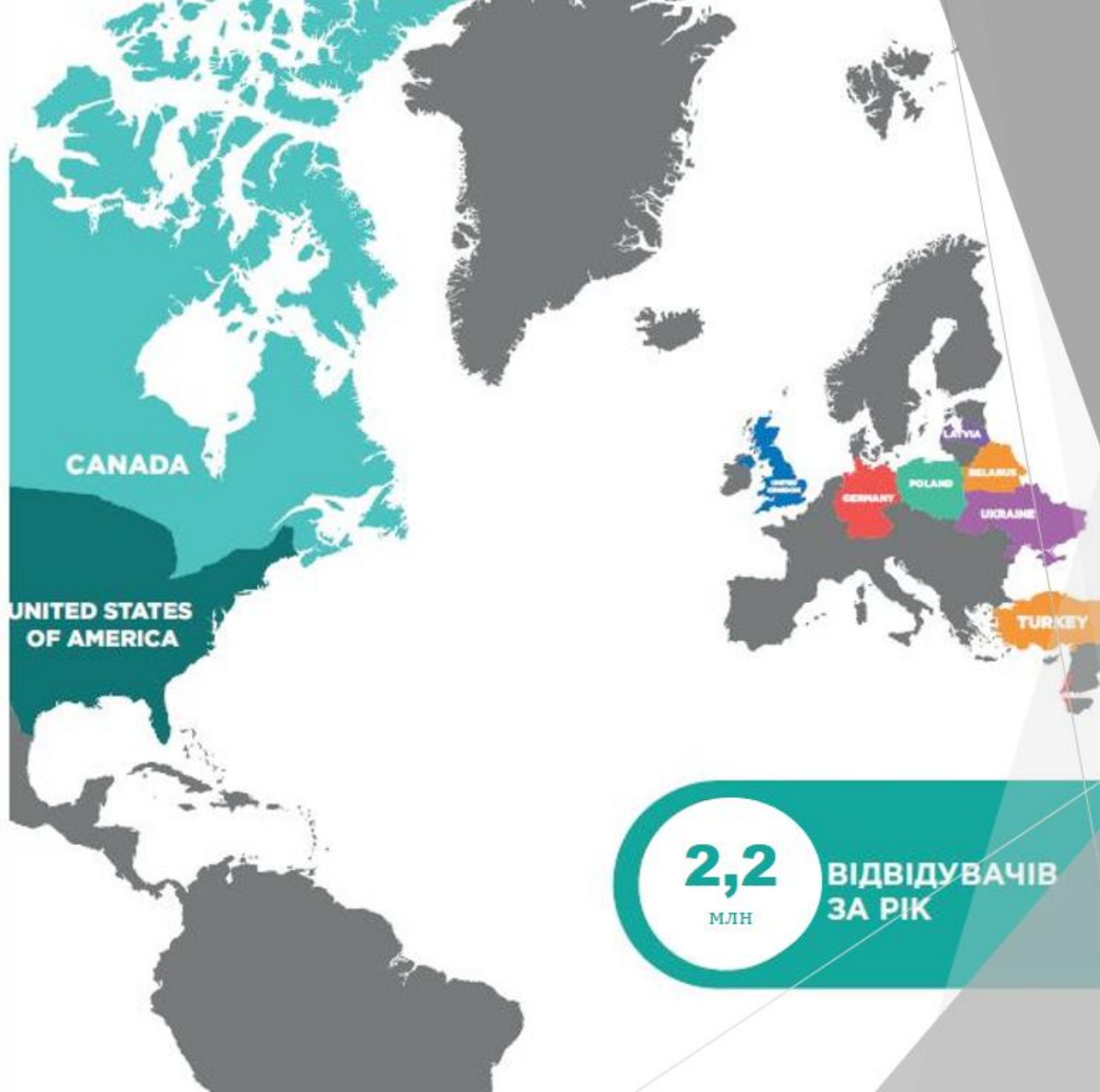
Динаміка туристичних потоків у ЦТІ, осіб



Кількість відвідувачів Центрів туристичної інформації

2016 рік	2017 рік	↓ 2018 рік
69 438 осіб	81 042 особи	67 532 особи

ТОП-10 КРАЇН

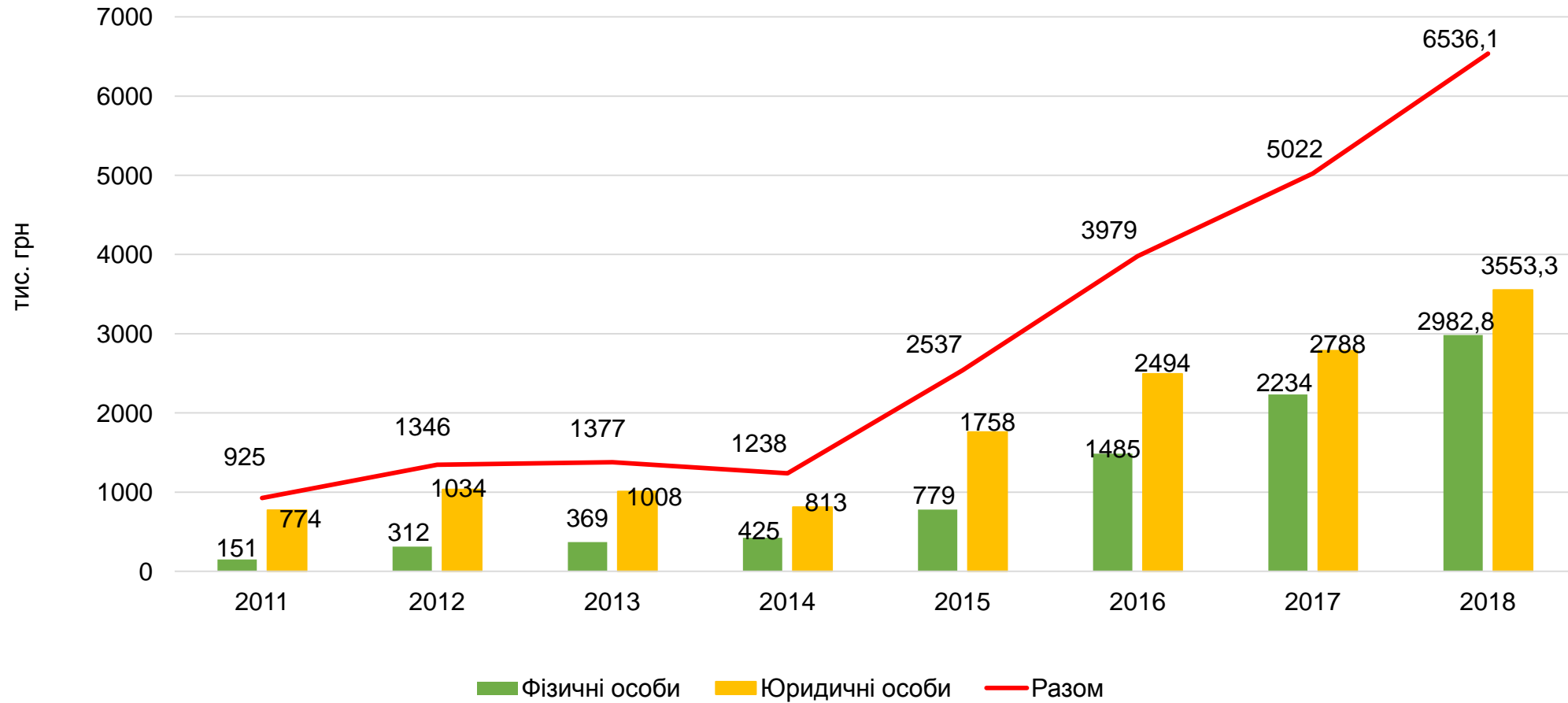


2,2

МЛН

ВІДВІДУВАЧІВ
ЗА РІК

Туристичний збір (тис. грн)





Загальні витрати туриста під час перебування у Львові:

- українці 137 EUR
- іноземці 470 EUR (скоротились на 18 %)

ПРОЖИВАННЯ

Хостел



28,4%

українці 32,0%
іноземці 24,8%

Готель



31,8%

українці 21,8%
іноземці 41,8%

Орендована
квартира



28,3%

українці 32,2%
іноземці 24,3%

ТОП-5 АКТИВНОСТЕЙ В МІСТІ



72,5%

Посиденьки
в кафе / ресторанах



66,9%

Самостійні
прогулянки
містом



57,7%

Відвідування
закладів
культури



45,7%

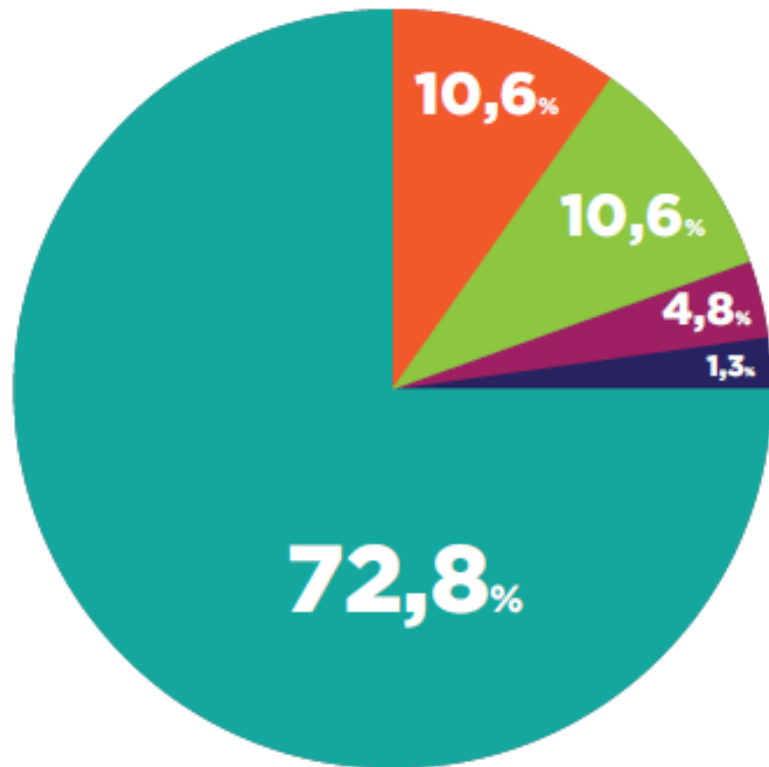
Шопінг



23,6%

Експерсії
у супроводі гіда

ПЕРШОЧЕРГОВА МЕТА ПОДОРОЖІ



- **Відпочинок, розваги**

Українці 76,4%

Іноземці 69,1%

- **Відвідини друзів та родичів**

Українці 8,2%

Іноземці 13,0%

- **Ділові зустрічі**

Українці 10,5%

Іноземці 10,7%

- **Конференції, змагання, конкурси**

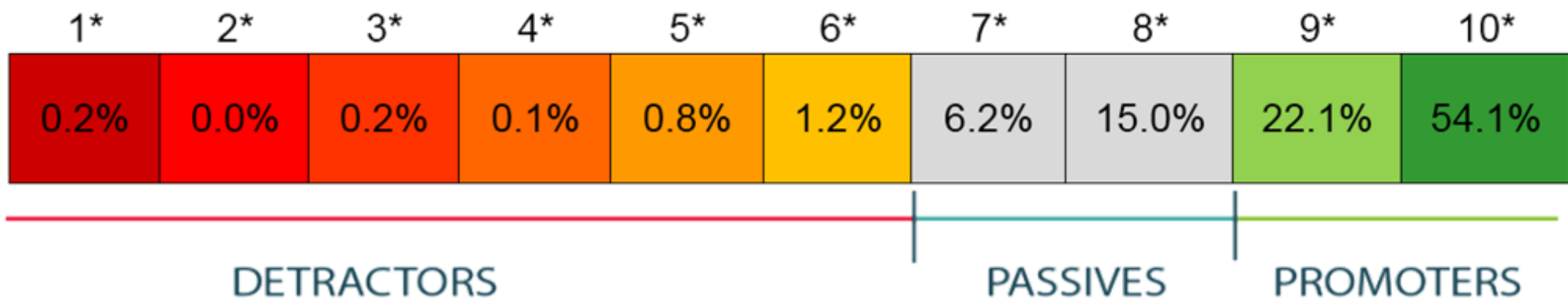
Українці 3,9%

Іноземці 5,7%

- **Інше**

Українці 1,0%

Іноземці 1,5%



2.6 %



21.2 %



76.2 %

Індекс туристичної лояльності
(Net Promoter Score)

=

73,6 %



* оцінка туриста на запитання: Наскільки ймовірно, що Ви порекомендуєте друзям/знайомим/колегам відвідати Львів?



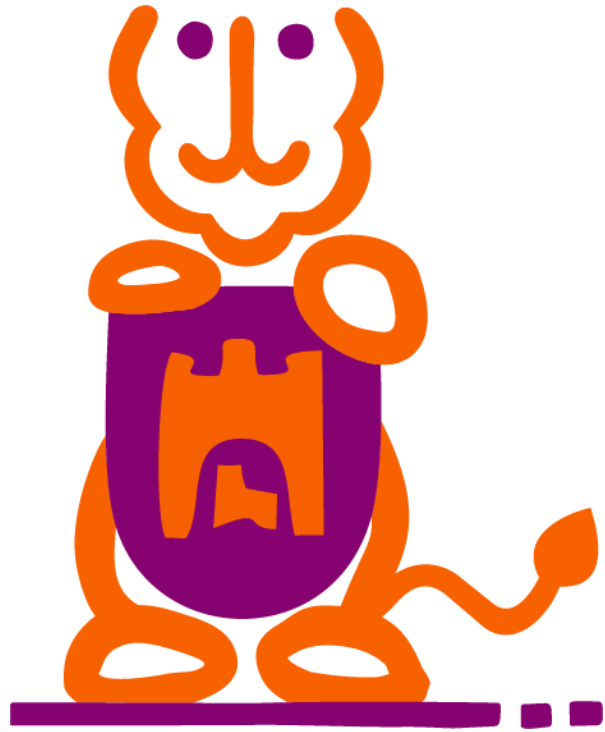
4,4

індекс задоволеності туристичними послугами



4,8

індекс туристичної привабливості



Дякуємо за увагу!

Щиро Ваш
Lviv Tourism Office

Львів 2018