

КАРТА ВКУСОВ

Карта Вкусов— гастрономическая
цифровая платформа по работе с малым
и средним бизнесом.
Вкусно. Уникально. Доступно!

@gastrohbk



АНАЛИЗ РЫНКА

*

На **гастрономический туризм** приходится около **10% от всех приобретаемых экскурсионных туров**, спрос на дегустационные поездки **растет на 17% в год**

Более трети расходов туристов приходится на питание. Таким образом, кухня места назначения является аспектом первостепенной важности для качества отдыха.

РБК:<https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/635bc11b9a79477ff93ecfbe?from=copy>

В рамках **проекта «ПроГорода»** до 2035 года планируется масштабное развитие внутреннего туризма.
Дальний Восток - участник

*

По предварительным оценкам «ПроГорода», к 2035-му количество поездок по пилотным макрорегионам увеличится в 1,5–2 раза и в совокупности составит более 30% от всех туристических поездок по стране.

ОБЪЕМ В2В РЫНКА

1052 - общепит

71 - туроператоры

20 - экскурсоводы

126 – производ.
предприятия

ОБЪЕМ В2С РЫНКА

Объем населения ХБК
- **616 тыс.ч**

Туропоток за 1 год
1.000.000 млн.ч

*

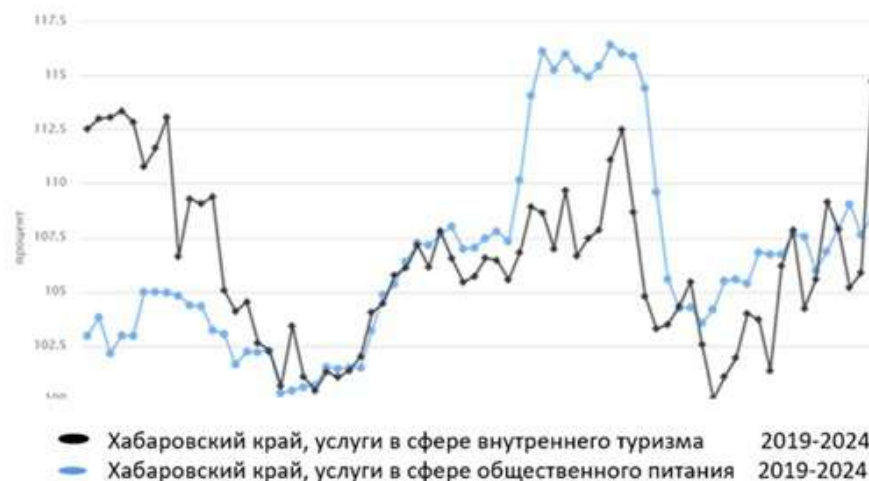
Источники: Единый федеральный реестр туроператоров. Информационная группа "СПАРК", Министерство промышленности ХБК

ДИНАМИКА РОСТА СФЕР ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Статистика по РФ



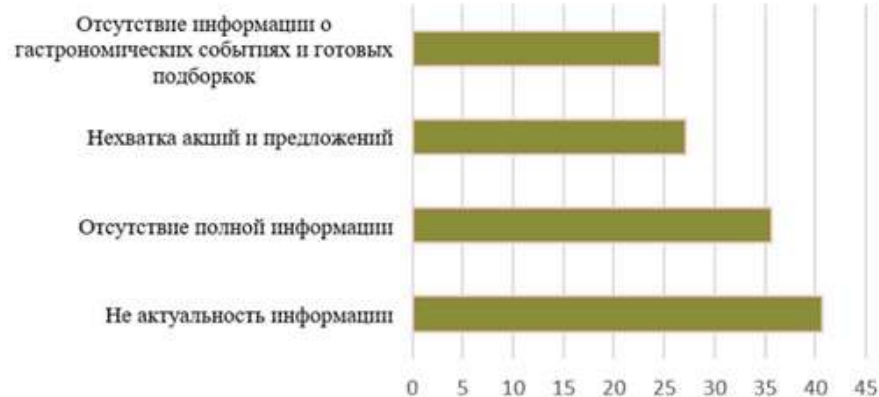
Статистика по ХБК



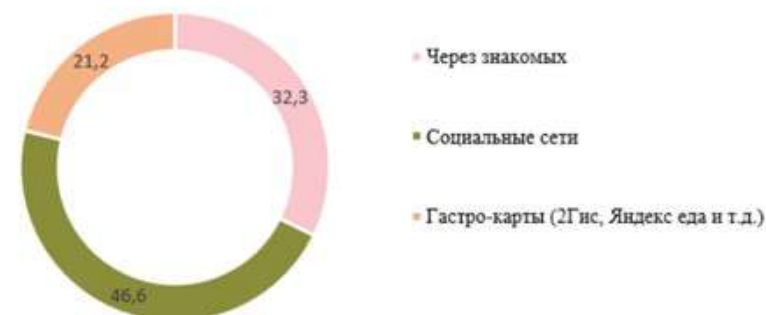
Прямая взаимосвязь между сферами внутреннего туризма и общественного питания. Данные ЕМИСС <https://fedstat.ru/>

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА (200 ЧЕЛ)

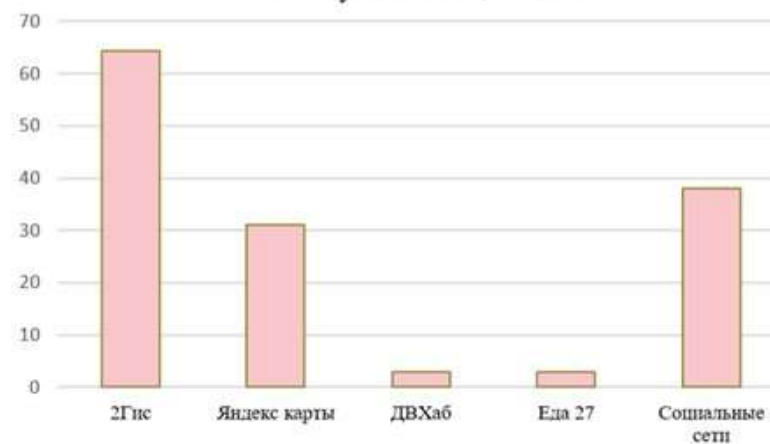
С какими неудобствами Вы сталкиваетесь при использовании гастрономических карт?



Где Вы узнаете актуальную информацию о заведениях и гастрономических событиях?



Какой платформой при выборе заведений Вы пользуетесь чаще всего?



ПРОБЛЕМА

Недостаток информации о гастрономической культуре в Хабаровске заставляет пользователей тратить много времени на поиск подходящих мест для посещения.

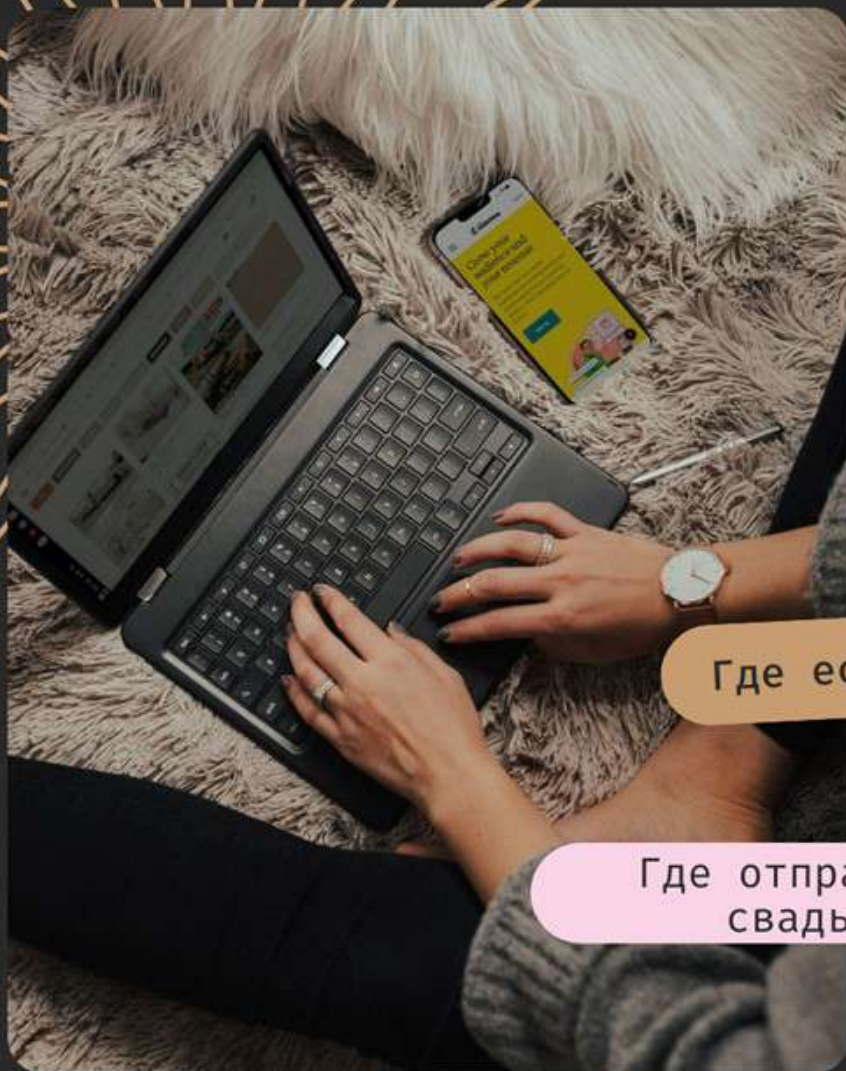
Где есть постное меню??

А где найти винную дегустацию?

Где отпраздновать свадьбу...

тяжело.....

Куда сходить?



ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

создание новой гастрономической платформы,
соответствующей современным тенденциям и
потребностям потребителей

КОНКУРЕНТЫ



2ГИС

DVHAB.RU

**ЯНДЕКС
КАРТЫ**

ЕДА 27

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

01/

Единая гастро-
платформа

- местные
производители
- туроператоры/
экскурсоводы
- рестораторы
- гастро-события

02/

Авторские гастро-
маршруты

03/

Персональный
подход

04/

Календарь гастро-
событий всех
уровней

- Всероссийского
- Регионального
- Заведений

КАНАЛЫ СБЫТА



EVENT МЕРОПРИЯТИЯ



РАССЫЛКА



ПАРТНЕРСКАЯ РЕКЛАМА

- туроператор\экскурсовод\
- местные производители
- заведений общепита
- отели
- компании, работающие с иностранными делегациями



ТАРГЕТИРОВАНН АЯ РЕКЛАМА

- соц сети
- food блогеры
- городские сообщества
- СМИ
- weechat
- QR

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Посетители сайта

- туристы
- местные жители
- гурманы
- в зависимости от подборки

Рекламодатели

- заведения общепита
- местные производители
- туроператоры\ экскурсоводы

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

"ФРИМИУМ"

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Ищете способ увеличить поток клиентов и повысить видимость вашего бизнеса? "Карта Вкусов" — это идеальная платформа для рестораторов, экскурсоводов, туроператоров и местных производителей. Мы поможем Вам привлечь еще больше посетителей и выделиться среди конкурентов.

ЦА

Рекламодатели:

- заведения общепита,
- местные производители,
- туроператоры/экскурсоводы

ЗАТРАТЫ

- Разработка и обслуживание сайта
- Реклама
- Транспортные расходы
- Перевод текста
- Логотип

КАНАЛЫ СБЫТА

Таргетированная реклама: Реклама в социальных сетях; Реклама у местных фуд-блогеров; Радио «Комсомольская правда»; QR-код, собственный телеграмм канал «Карта вкусов», сообщество ВК «Карта вкусов». Собственный сайт «Карта вкусов», СМИ

Партнерская реклама: Туроператоры\экскурсоводы, местные производители; Заведения общепита, отели, компании, работающие с иностр.делегациями

Event-мероприятия: Ярмарки\фестивали

ДОХОДЫ

- Продвинутый уровень информации о компаниях
- Дополнительные услуги (прайс)

БИЗНЕС МОДЕЛЬ "РЕКЛАМА"

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Ищете способ увеличить поток клиентов и повысить видимость вашего бизнеса? "Гастрономическая карта города" – это идеальная платформа для рестораторов, экскурсоводов, туроператоров и местных производителей.

ЦА

Рекламодатели:

- заведения общепита,
- местные производители,
- туроператоры/экскурсоводы

ЗАТРАТЫ

- Разработка и обслуживание сайта
- Реклама
- Транспортные расходы
- Перевод текста
- Логотип

КАНАЛЫ СБЫТА

Таргетированная реклама: Реклама в социальных сетях; Реклама у местных фуд-блогеров; Радио «Комсомольская правда»; QR-код, собственный телеграмм канал «Карта вкусов», сообщество ВК «Карта вкусов». Собственный сайт «Карта вкусов», СМИ

Партнерская реклама: Туроператоры\экскурсоводы, местные производители; Заведения общепита, отели, компании, работающие с иностр.делегациями

Event-мероприятия: Ярмарки\фестивали

ДОХОДЫ

Продвижение в первые ряды в:

- подборках
- в топе от авторов
- в первом ряду по фильтру
- в социальных сетях

ИННОВАЦИОННОСТЬ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЫ

Цифровая платформа объединяет **все аспекты гастрономической индустрии и туризма**.

Это энциклопедия, где **участники делятся историями**, создавая атмосферу и вдохновение для посещения.

Платформа охватывающая **гастрономическую культуру на всероссийском, региональном и локальном уровнях**.

Основная идея — **синергия участников** в удобном интерфейсе с календарем и авторскими маршрутами

Платформа раскрывает гастрономический потенциал города, акцентируя **внимание на местной кухне и аутентичных заведениях** для жителей и туристов.

КОМАНДА ПРОЕКТА



**ПОДДУБНАЯ
ЮЛИЯ**

Маркетинг



**АЛЧИНА
АНАСТАСИЯ**

Финансы