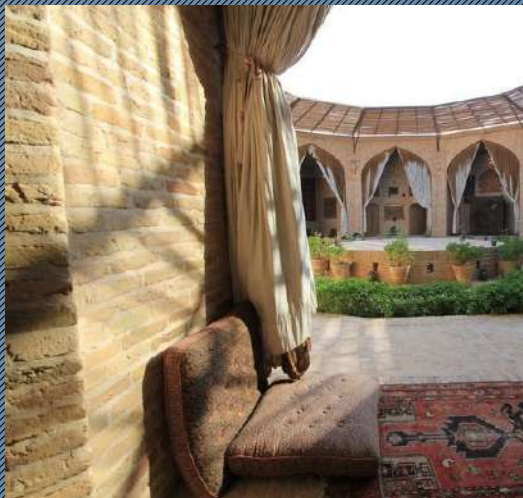


بازاریابی و برندسازی در صنعت گردشگری

• فرآیند مدیریت استراتژیک برند برای یک کسب و کار گردشگری

- شناسایی و تثبیت جایگاه برند کسب و کار (۱)
- برنامه ریزی و اجرای برنامه های بازاریابی برند (۲)
- سنجش و ارزیابی عملکرد برند (۲)
- حفظ، تقویت و توسعه ی ارزش ویژه ی برند (۳)

نمونه های موفق داخلی و بین المللی



• کلاس کوزه گری کامبوج (Mental Map)

• کاروانسرای زین الدین، مهریز (Core Business Association)

• سامورایی، فقط برای یک روز (Brand Mantra)

• کارگاه عبابافی نایین، (Point of Difference)

کوزه گری کامبوج

- جغرافیا
- فرهنگ بومی
- انتقال تجربه



شناسايي و تثبيت جاىگاه برند كسب و كار

- جغرافيا
- فرهنگ بومى
- انتقال تجربه

- مفهوم جاىگاه سازي (Mental Map)

- نقاط تمايز (Point of Parity)

- نقاط تشابه برند (Point of Difference)

- تداعيات ذهني مشتري (Core Business Association)

- فلسفه ي برند، DNA برند (Brand Mantra)

کاروانسرای زین الدین، یزد

- جغرافیا شهری
- لکیشن
- معماری
- فرهنگ بومی



برنامه ریزی و اجرای برنامه های بازاریابی برند

• دانش افزایی مشتری یا ایجاد ارزش افزوده برای برند

A. عناصر یا هویت اصلی

B. یکپارچه سازی برند

C. ارتقای تداعیات فرعی و غیرمستقیم

• جغرافیا شهری

• لکیشن

• معماری

• فرهنگ بومی

• انتقال تجربه

• جایگاه سازی شخصی

سامورایی در یک روز، ژاپن

- جغرافیا
- فرهنگ بومی
- انتقال تجربه
- جایگاه سازی شخصی



حفظ، تقویت و توسعه ي ارزش ويژه ي برند

- برنامه ي مميزي برند
- شناسايي و ارزيابي جاىگاه برند
- ايجاد، حفظ و تقويت تداعيات ذهني
- جغرافيا
- فرهنگ بومي
- انتقال تجربه
- جاىگاه سازى شخصى

کارگاه عبا بافی، نایین، اصفهان (Point of Difference)

- جغرافیا
- لکیشن
- معماری
- فرهنگ بومی
- انتقال تجربه



حفظ، تقويت و توسعه ي ارزش ويژه ي برند

- جغرافيا
- لکيشن
- معماري
- فرهنگ بومي
- انتقال تجربه

۱. ماتريکس برند - محصول
۲. سلسله مراتب برند

تجربه ارزشمند - دلایل موفقیت

- افزودن به غنای زندگی
- آمیزش با فرهنگی جدید
- شناخت الگوهای ملموس مقصد
- شناخت الگوهای ناملموس فرهنگی
- آموختن هنری نو
- تجربه ی همزیستی با مردم بومی
- آموزش عملیاتی
- کشف فوت های کوزه گری
- حضور استاد-لیدر
- توضیح و توصیف دقیق
- ایجاد فضای گردشگری-آموزشی پیرامونی
- اتمسفر متفاوت

(مظيف حاج عبدالله)



گردشگری خلاق، خوراک، بوم (مظیف حاج عبدالله)

- جغرافیا شهری
- لکیشن
- معماری
- فرهنگ بومی
- جایگاه سازی شخصی
- انتقال تجربه



برندینگ در مظیف حاج عبدالله

- شناسایی و تثبیت جایگاه برند کسب و کار (۱)
- برنامه ریزی و اجرای برنامه های بازاریابی برند (۲)
- سنجش و ارزیابی عملکرد برند (۳)
- حفظ، تقویت و توسعه ی ارزش ویژه ی برند (۴)



جغرافیا شهری (افزودن به غنای زندگی)

- خوزستان

- آبادان، خرمشهر، اروند



لكيشن (آمیزش با فرهنگى جدید)

- جزیره مینو
- کارون



معماری (شناخت الگوهای ملموس مقصد)

معماری سنتی

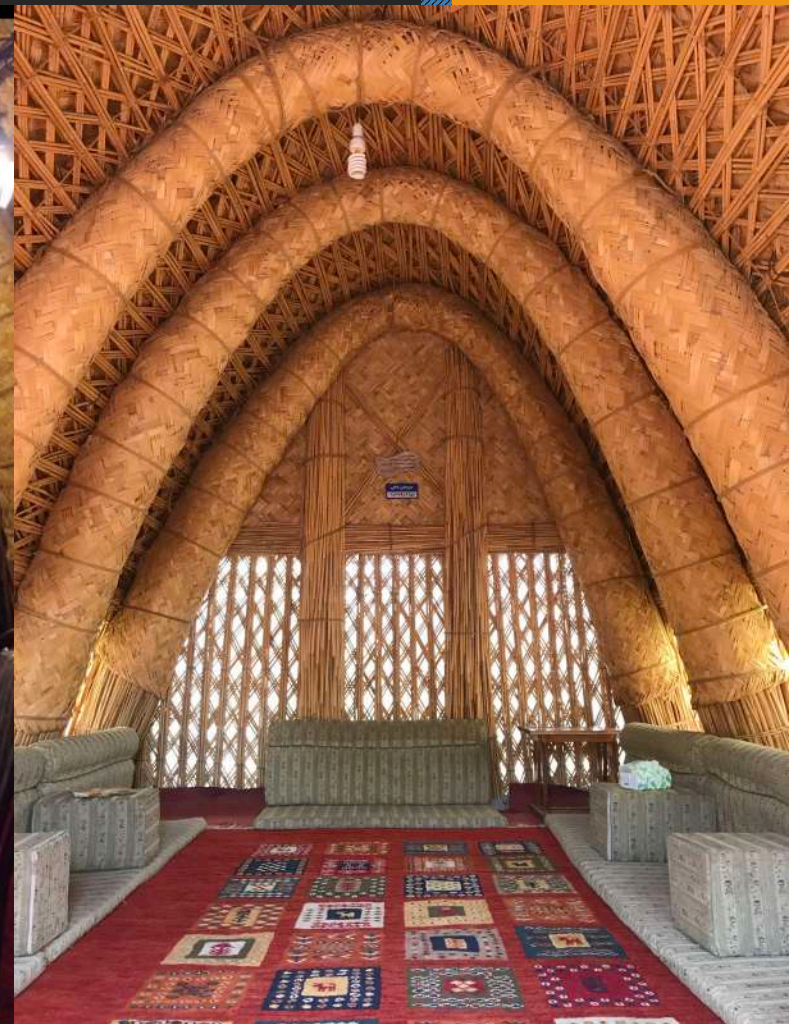
- نحوه ی ساخت سازه
- متریال سازه
- فلسفه ی معماری



(شناخت الگوهای ملموس مقصد)

میهمان

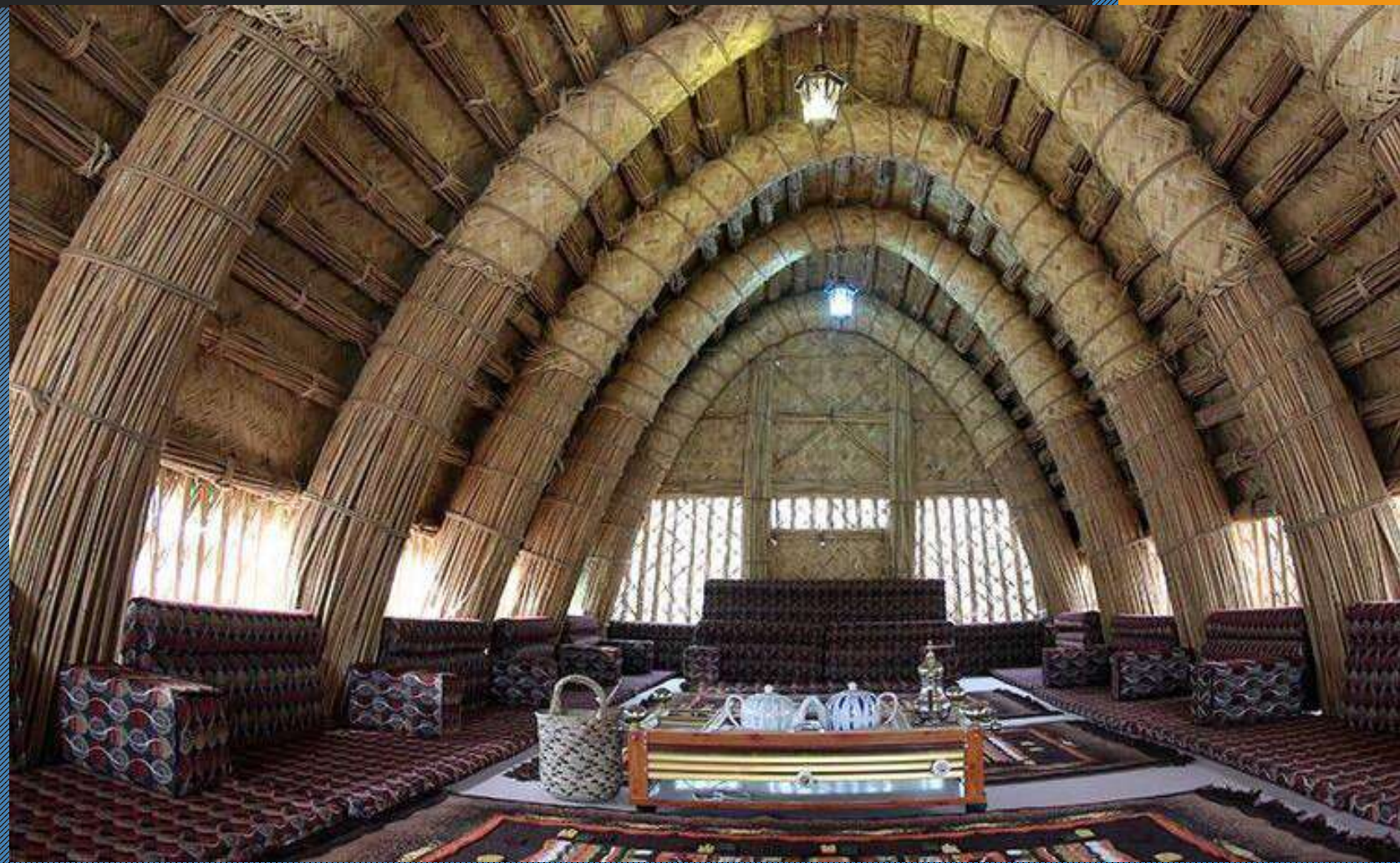
- خوش نشین
- بالا نشین



(شناخت الگوهای ملموس مقصد)

شاه نشین

- لژ شاهانه
- پذیرایی شاهانه



فرهنگ بومی (شناخت الگوهای ناملموس فرهنگی)

طبخ نان

- حس فضای خانواده (بومی)
- حس نان داغ
- لمس تنور



فرهنگ بومی (شناخت الگوهای ناملموس فرهنگی)

موسیقی محلی

- طنین های محلی
- آداب شعر و نوا



فرهنگ بومی (شناخت الگوهای ناملموس فرهنگی)

قهوه عربی

- داستان سرایی
- نحوه سرو
- طعم قهوه



طبخ (آموختن هنری نو)

- آشپزخانه
- آشپز
- نانوا



غذا، میراثِ خلاق (تجربه ی همزیستی با مردم بومی)

- طبخ غذا
- پیش غذا، غذای اصلی، دسر



غذا، میراثِ خلاق (تجربه ی همزیستی با مردم بومی)

- ترکیب گوشت
(Surf & Turf).
- سفره آرایی
- سبزیجات



مراحل راه‌اندازی کسب و کار گردشگری و بوم‌گردی

• ارتباط با مدرس

Email: m.shirkavand@yahoo.com

LinkedIn: Shirkavand

Instagram: Shirkavand_ir

مدرس: محمد شیرکوند

• رئیس کمیته بین الملل کمیسیون گردشگری اتاق ایران

• محقق رصدخانه میراث ملموس و ناملموس خاورمیانه سازمان Patrimoine

d'orient در ایران

