Swot analysis

Strenghts

1. Reqiblerin olmamasi(bazarda ilk ve tek olma)
2. Rahat interfeys(zamana qenaet ve butun istehlakci qruplari ucun rahat istifade butun cihazlarda elcatanliq)
3. Xarici ve yerli turistler ucun uygunluq
4. kiber hucumlara qarsi guvenirlilik
5. hem sayt hem aplikasiyanin movcud olmasi
6. Olkenin tanitiminin mohkemlendirilmesi
7. Təbiətdən əlavə tarixi abidələr muzeylər istirahət mərkəzləri və kurort zonalarında əməkdaşlıqlar

Weaknesses

1.Internetin alternativsizliyi

2. Rahatliqla kopyalana biler

3.tebiet hadiselerinden tesirlenme

3. aktivlik seviyyesinin sezonluq olmasi

Opportunities:

1.Tur sirketleri ile emekdasliq

2.Xarici bazara inteqrasiya

3. tebiet dostu yanasma

4.yeni bolgelerin kesf edilmesi ucun tesebbus

5.sosial medianin gucu

6.dovlet desteyi imkanlari

Threats:

1.Bazarda yeniliyi getirdiyi ucun ugurlu olmama imkani

2.Nezaretden tez cixa biler

3.Pandemiya

4. Tur sirketlerinin bu layihede maraqli olmamasi

Sistemi bazara salmaq üçün ilk öncə aşağı qiymətlə bazara girmək planlanılıb. Bundan sonra vip paketlərlə satışa çıxarılmaq düşünülür.

Bundan əlavə sistemin yaddaşında istifadəçi interfeysi qurulduqdan sonra müştərilərin ad günü bayram əlamətdar günlərinin təbrik edilməsi və sistemə loyallığın artırılması ön görülür. Sosial şəbəkə kimi sistemdən istifadə edənlərin öz xatirələrini sistemdə yerləşdirilməsi və dostlarla paylaşılmasıdır.

**Əsas reklamlar sosial şəbəkə üzərindən aparılması nəzərdə tutulmuşdur bundan əlavə blogger və məşhurların paylaşımı da hədəfləmə və tanıtımda bizə yardımçı olacaqdır**

1.Bazar arasdirmasi edin

Yeni ve unikal bir xidmet teklif etdiyimiz ucun yerli bazarda reqimiz yoxdur

2. Hedef kutlenizi mueyyen edin

**STP**

Segmentasiya strategiyamizi melum etmek ucun bu suallara cavab vermek lazimdir

1. Bizim müştərimiz kimdir?- Tur şirkətləri, otellər, istirahət zonaları və yolüstü kafelər

2. Harada xidmət edirik?- İnterntin olduğu olduğu hər yerdə

3. Müştərilər nədə maraqlıdır?- Böyümək və mənfəəti artırmaq

4. Məhsulumuzu müştərilərimizə necə təqdim edirik?- Sosial media, reklamlar və birbaşa əlaqələr.

5. Nə üçün müəyyən seqmentlər məhsullarla maraqlanmalidir və ya nə üçün maraqlanmamalidır?

Segmantation: Demoqrafik Cografi psixoqrafiq ve davranişsal

**Demoqrafik(Gelir)-**

1. **asagi qiyemetli ve standart xidmet teklif eden sirketler**
2. **Orta seviyyeli qiymet ve xidmetler teklif eden sirketler**
3. **Vip xidmetler teklif eden sirketler**

**Coğrafi- Bölgələr Naxcivan Bakı**

**Kateqoriya: Otellər Hostellər Restoranlar Tur şirkətləri Muzeylər**

**Targeting-asagi qiyemetli ve standart xidmet teklif eden sirketler**

**Positioning: tur deyilende agila gelen Ilk sey**

**3.Müştərilərinizi tanıyın və analiz edin**

**Otellər Hostellər Restoranlar Tur şirkətləri Muzeylər**

**Bizde qeydiyyatdan kecende datalarini daxil edirler. Biz ise musterilerimiz haqqinda melumatlari bu yolla elde edirik**

**4.Reqiblerinizi taniyin**

**Reqibimiz yoxdur**

**5.brend insa edin**

Turizim.com

Günümüzdə sürətlə böyüyən turizim sektoru sistemsiz və dağınıq şəkildə fəaliyyət göstərməkədir. Tur və təbiət həvəskarlarının günü-gündən artması bu sistemin daha da qarmaşıq və dağını olmasına gətirib çıxarır vəinsanlar sistemsiz bir şəbəkədə özlrinə uyğun turu tapmaqda çətinlik çəkirlərş Tur şirkətləri də həm bazara daxil olan çoxlu sayda şirkətlərin, həm də hər gün artan kütlənin arasında öz hədəf kütlələrinə düzgün şəkildə çata bilmirlər. Həmçinin çoxalan restoran və otel şəbəkələri də bu qarmaşıq sistemdə öz yerini alır. Bu qarmaşıq sistemi bir az açacaq olan bu proqram Azərbaycanda hər gün böyüyən daxili turizm şəbəkəsinin sistemli şəkildə idarə olnması üçün istifadə olunacaqdır.

Əsasən istehlakçının rahatlığına yönələn bu proqram onun hansı turla hansı şərtlər daxilində kimlərlə (təşkilatçılar) səyahət edəcəyini müəyyən etməyə yardımçı olacaqdır. Tur şirkətlərinin və otellərin də bu sistemdə reytinqə uyğun bölünməsi istehlakçı üçün seçimin daha rahat omasına gətirib çıxaracaqdır.

Sistemdə olan Azərbaycan xəritəsi üzərindən olan axtarışlar istühlakçı üçün hım daha maraqlı həm də istifadəyə yararlı bir formada təqdim olunacaq. Azərbaycanın istənilən bölgəsini seçib ora olan turları görmək, orada olan şəraitlə tanış olmaq, hansı turun hansı təklifləri hansı qiymət daxilində təklif etdiyini təyin etmək, istehlakçıya yardımçı olacaq bələdçinin və tur rəhbərinin hansı təcrübələrə hansı reytinqə malik olduğunu görmək vəs. istehlkçının beynindəki sualları minimum endirəcəkdir.

Bu sistem tur paketi və qonaqlama təklif edən otel və şirkətlər proqramda daha öndə olmaq üçün reytinq cədvəlində göstəricilərini yuxarı səviyyədə tutmağa çalışacaqlar.

6.brend elementleri yaradin

**Ad-Turizim**

**Logo**

**Slogan- Sizin tur bələdçiniz**

**Hekaye- Dağınıq tur sistemindən, hər gün ortaya çıxan yeni tur şirkətlətindən, təcrübəsiz və məsuliyyətsiz bələdçilərdən, natəmiz və dasız yeməkləri olan restoranlardan bezən bir təbiət və gəzinti həvəskarının özünün rahat edə biləcəyi bir sistem düçünüb ərsəyə gətirdiyi bir proqram**

**Brend sexsiyyeti- rahat, sadə, uyğun**

**Brend kimliyi-**

**7.brend strategiyanizi marketingle elaqelendirin**

**Marketinq mix olaraq brendimiz**

**1.PRODUCT- Məhsul şəklində veb sayt olaraq və app olaraq mövcuddur**

**2.PRİCE- İlkin qiymət olaraq bilinirlik xatirinə çox da baha olmayan xərcə əsaslanan qiymət təyin olunacaqdır**

**3.PROMOTİON- Məhsulun insanların rahatlıqlarına yönəldilərək rahat şəkildə tur və ya otel sifarişləti edə bilməsi insanları məhsula təşviq edəcəkdir. Bundan əlavə qiymətin nisbətən aşağı olması, reytinq cədvəlinin olması və insanların daha rahat tur haqqında məlumat alması istifadəçiləri məhsulumuzu almağa təşviq edəcəkdir**

**4.PLACE- Yer olaraq internetin olduğu hər yerdə məhsulumuzdan istifadə mümkündür.**

**8.brendinizin bilinirliliyini artirin**

**İnfluencer**

**Blog yazilari**

**Tanınmış fotoqrafların cəlb edilməsi**

**Serfeleri kampaniyalar teskil etmek**

**9.brendinizin gorunurluluyunu artirin**

**Reklamlar**

**Posterler**

**Billboard**

**10.musterilerle elaqe yaradin**

**ad günləri, əlamətdar bayram günlərinin təbriki**

**gündəlik sadə bildirişlə xoş mesajların göndərilməsi**

**istifadəçi davranışına uyğun tur planlarının bildirilməsi**

**11.strateji muttefiqlikler qurun**

**böyük otel şəbəkələri**

**ən çox seçilən tur şirkətləri ilə çalışma**

**12.brendinizi audit edin**

**13.brendinize neyin tesir etdiyini mueyyenlesdirin**

**hava şəraiti**

**təbiət hadisələri**

**internetin yoxluğu**

**14.brendinizin performansinin izleyin**

**gündəlik istifadəçi sayğacı**

**sifarişçi sayğacı**

**birbaşa tərk rtmə sayğacı istifadə olunacaq**

**15.innovasiyalardan istifade edin**

**CPS- dən istifadə**

**APP- sosial şəbəkə kimi istifadə olunması**

**16.brendin huquqi islerini hell edin**

**Lisenziyalarin alinmasi ve muqavilelerin hazirlanmasi**

**vergilərin zamanında ödənilməsi**

**17.musterilerinizi daha memnun edin**

**Bayramlarda secilmis bir nece istifadəçiyə ödənişsiz turlar**

**ad günlərində endirimlər**

**xüsusi dövlət günlərində endirimlər**

**18.deyer yaradin ve musterilerinizi memnun edin**

**İstifadəçilər sistemdə artıq özlərinin həyat tərzinə inanclarına və istəklərinə uyğun turu və planı tapa bilərlər ya da tur təşkilatçıları ilə birbaşa əlaqəyə keçərək özünə uyğun turu sifariş edə bilərlər.**

**İstafədiçilərin iş rejimlərinə, məzuniyyət və istirahət planlarına uyğun turların tıklif edilməsi və onların cəlb edilməsinə uyğun planların qurulması nəzərdə tutulmuşdur.**

**tarixi və mədəni turların təşkil olunduğu məkanlar (ev müzeyləri), dağ yürüşləri ( bazardüzü, kəpəz), hiking turları (qaranohur, qələbin) və sadə istirahət turları (nohur göl, qəçreş )**