

Разработка стратегии развития курорта «Шуйская Чупа»

Подготовлено для ООО «Шуйская Чупа»



Основные тенденции

№1

- **Экономика впечатлений – покупка как новый опыт**
- *Конвертация недвижимости в услугу*

№2

- **Этичный бизнес**
- *Потребление без вины - внимание покупателей все больше сосредоточено на составе и способах производства товаров.*

№3

- **Офлайн + Онлайн**
- *Бизнес ищет возможности быть представленными во всех возможных форматах и платформах*

№4

- **Меняющийся облик лояльности**
- *Борьба за лояльность поколения Z - как с ними дружить и влиять на выбор*

№5

- **Реальность – дополненная?**
- *Необходимо поговорить о технологии когда мы обсуждаем будущее*

Основные выводы

Целостный опыт потребителей:

- Впечатление клиента так же важно, как сам продукт

Этичная торговля:

- Потребители покупают только те бренды, в которые верят

Омниканальность - 'bricks to drive clicks':

- Одного формата не достаточно

Меняющийся облик лояльности:

- Бизнес должен переосмыслить методы привлечения лояльной аудитории

Дополненная реальность:

- Возрастающая необходимость в новых технологиях, инновациях

Гибкость имеет ключевое значение:

- Возможность получения качественной услуги быстро будет иметь решающее значение

Лучшие практики - отель «Fogo Island Inn», Newfoundland, Canada



Инфраструктура

- 29 номеров
- Ресторан, бар, лаундж-зона
- Сауна и открытые купели на крыше
- Библиотека, арт-галерея, кинотеатр
- Конференц-комната
- Отдельные студии для работы и проживания приглашенных художников, выставляющих свои работы в гостинице



Уникальные характеристики

- Полное единение с природой
- Атмосфера, уникальность места
- Смена сезонов на острове и в океане, миграции животных, создают возможности для постоянного контакта человека и природы.
- Разнообразные возможности активного времяпровождения за пределами гостиницы.
- Для каждого из 7-ми природных сезонов разработан календарь занятий для клиентов гостиницы.
- Меню ресторана меняется ежедневно и формируется на основе местных продуктов в зависимости от сезона.

Вывод: отсутствие развитой инфраструктуры на территории отеля компенсируется уникальной природой локации, стабильно привлекающей туристов, несмотря на высокую стоимость проживания.

Пример сезонного календаря гостиницы «Fogo Island Inn»

Предлагаемая активность	Наименование сезона							
	Зима	Паковый лед	Весна	Сезон айсбергов	Лето	Сезон ягод	Поздняя осень	
	Декабрь - Февраль	Март	Апрель-Май	Июнь	Июль-Август	Сентябрь - Октябрь	Ноябрь	
Наблюдение за звездами в горах	+	+	+	+	+	+	+	+
Наблюдение за звездами на снегоходах	+	+						
Наблюдение за звездами в телескоп	+	+	+	+	+	+	+	+
Экскурсия на рыболовецкое судно	+	+	+	+	+	+	+	+
Прогулки (походы) в сопровождении	+	+	+	+	+	+	+	+
Поход в зимовье (катание на снегоходах, рыбалка)	+	+	+					
Экскурсии в мастерскую лодок	+	+	+	+	+	+	+	+
Приготовление джемов из ягод	+	+	+	+	+	+	+	+
Обед у костра в лесу с местным охотником	+	+	+	+	+	+		
Экскурсии по берегу океана	+	+	+	+	+	+	+	+
Фото тур на соседний остров	+	+	+	+	+	+	+	+
Походы на снегоступах	+	+						
Поход на снегоходах	+	+						
Катание на коньках	+	+						
Наблюдение за оленями карибу	+		+				+	+
Экскурсии к паковым льдам		+						
Наблюдение за тюленями		+						
Рыбалка в океане			+	+	+			
Геологическая экскурсия			+	+	+	+	+	
Наблюдение за китами и птицами в океане с корабля			+	+	+	+		
Катание на лодках в заливе			+	+	+	+	+	
Наблюдение за птицами с берега			+	+	+	+	+	+
Наблюдение за айсбергами с берега			+	+	+			
Прогулки на велосипедах			+	+	+	+	+	+
Наблюдение за китами с берега						+	+	
Сбор ягод с последующей консервацией					+	+	+	+
Рыбалка на озерах						+		

Лучшие практики - отель «The Resort at Paws Up», Montana, USA



Инфраструктура

- 28 коттеджей, 36 глэмпингов
- 3 ресторана
- Ранчо является частью курорта
- Территория – 15 тыс. га



Уникальные характеристики

- Сочетание постоянного и сезонного размещения.
- Гости имеют возможность жить жизнью «настоящих ковбоев».
- Наличие ранчо, гор, реки определяет большинство возможностей для активного время проведения.
- Собственное мясное производство и бурно растущее производства вина в регионе определяет кухню.
- Ежегодный календарь событий – гастроли шеф-поваров, фестивали барбекю, винные выходные, кулинарные мастер классы, гастроли артистов, уроки выживания в дикой природе.

Вывод: наличие ранчо в качестве «якоря» и гастрономии собственного производства позволяет почувствовать себя ковбоем среди дикой природы.

Разработка стратегии развития курорта «Шуйская Чупа»

Решаемые задачи

Необходимые шаги

1

Создание уникального в своей локации курорта - загородного многофункционального комплекса премиального класса (Luxury)

• Строительство высококлассных средств размещения (гостиница, коттеджи, дуплексы) и сопутствующей инфраструктуры (спорт, оздоровление, детских отдых) в уникальной природной локации с «историей»

2

Создание возможности для отдыха и удовлетворение потребностей корпоративных групп, проведения корпоративных мероприятий среднего размера

• Строительство гостиницы с конференц-инфраструктурой в рамках единого пространства на территории курорта, что позволяет размещать корпоративные группы до 300 чел.

3

Создание возможностей для активного отдыха на территории курорта, а также за его пределами

• Создание отдельно стоящего спортивно-оздоровительного комплекса со спа и бассейном, а также сети многофункциональных маршрутов для беговых лыж, летнего и зимнего велосипедов, кросс-трекинга, ходьбы на снегоступах, строительство спорт. площадок и проч.

4

Создание возможностей для отдыха детей на территории курорта

• Строительство детского центра, детских горок и аттракционов, создание живого уголка и пляжной зоны

5

Удовлетворение запросов клиентов, связанных с возможностью «отдыха на воде»

• Устройство зоны пляжа в теплое время года, прокат лодок, водные экскурсии и рыбалка (летняя и зимняя)

6

Создание курорта с уникальными характеристиками: разработка индивидуального облика курорта, повышение уровня вовлеченности гостей через создание сезонного календаря событий

• Формирование календаря активностей на основе созданной инфраструктуры

7

Удовлетворение запросов клиентов, связанных с получением целостного впечатления от посещения Карелии, связь курорта с другими достопримечательностями Республики, а также соседних регионов (Архангельская область)

• Формирование программы пребывания за пределами комплекса, увязка курорта с другими точками притяжения спроса, включение в состав тур. маршрутов и экскурсий, формирование курортом однодневных и многодневных тур. продуктов для внешних посетителей

Постановка целей



•Создание уникального круглогодичного загородного курорта высокой ценовой категории (Luxury)

•Целевая сегментация гостевого потока: индивидуальные клиенты, корпоративные клиенты сегмента MICE

•Создание разнообразного номерного фонда, отвечающего потребностям всех категорий клиентов

•Создание возможности для отдыха и удовлетворение потребностей разных клиентских групп (индивидуальные гости, MICE, детский отдых)

•Выход на положительный показатель EBITDA

Схематичный ситуационный план территории

