



## استفاده از مدل داستان‌های ناگفته در اکسپوی دبی نشان‌دهنده هدف‌گذاری درست در تبلیغات گردشگری اصفهان است

یازدهمین نشست کمیسیون گردشگری، صنایع دستی و فرش اتاق بازرگانی اصفهان به آسیب شناسی نقاط ضعف غرفه اصفهان در نمایشگاه بین‌المللی گردشگری تهران و ارائه راهکارها و پیشنهادات بهینه به منظور استفاده از این ظرفیت در راستای بازاریابی، برندینگ و تبلیغات برای استان اصفهان اختصاص یافت.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان **علی کرباسی زاده**، مشاور عالی رئیس اتاق بازرگانی اصفهان در این جلسه ضمن تشکر از مسئولین دستگاه‌های دولتی و خصوصی در به کارگیری ظرفیت‌های خود در هر چه بهتر برگزار کردن غرفه اصفهان در نمایشگاه بین‌المللی گردشگری تهران گفت: این همدلی و تعامل گامی در راستای بهینه شدن وضعیت گردشگری بوده و غرفه اصفهان منجر به ایجاد تحرک ویژه در کمیسیون‌های گردشگری اتاق‌های بازرگانی سراسر کشور و انجمن‌ها و فعالان این حوزه گردیده است. وی افزود: علی‌رغم تلاش‌های صورت گرفته و ایجاد رضایتمندی نسبی ادامه این مسیر منوط به توجه به نقاط ضعف و چالش‌های این رویداد است.

مشاور عالی رئیس اتاق بازرگانی اصفهان در ادامه از اعلام موافقت شرکت فرودگاه‌های کشور و مرکز تجاری ایران مال تهران به منظور استقرار غرفه اصفهان در این مکان‌ها خبر داد و تصریح کرد: مدل داستان‌های ناگفته و استفاده از ظرفیت *story telling* که از چند سال پیش در تبلیغات و بازاریابی مقصد گردشگری اصفهان رقم زده شد امروز در نمایشگاه اکسپوی دبی در حال استفاده است. کرباسی زاده گفت: استفاده از الگوهای جذاب رسانه‌ای همچون داستان‌های ناگفته اصفهان نشان‌دهنده هدف‌گذاری و ایده‌پردازی درست در تبلیغات و بازاریابی گردشگری اصفهان است.

وی با تأکید بر اینکه نمایشگاه گردشگری تهران برای ما هدف نبوده تصریح کرد: این نمایشگاه تنها یک گام در راستای توسعه و افزایش ظرفیت‌ها و تکمیل پتانسیل‌های استفاده نشده و رونق اقتصاد گردشگری بوده است.

کرباسی زاده برندسازی و بازاریابی را از اهداف اساسی در راستای تحقق اهداف توسعه گردشگری دانست و تأکید کرد با رویکرد توسعه بازار امکان افزایش ظرفیت تقاضا برای خدمات، کالاها و ایجاد فرصت‌های جدید فراهم خواهد شد. وی هدف از برگزاری این جلسه را آسیب‌شناسی نقاط ضعف غرفه اصفهان در نمایشگاه بین‌المللی گردشگری تهران به منظور بهینه شدن برنامه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغات و بازاریابی اعلام کرد.

در ادامه **حمید غفاری راد**، مدیر راهبردی شرکت توسعه گردشگری راه ابریشم ایرانیان ضمن ارایه گزارشی از غرفه اصفهان در نمایشگاه بین‌المللی گردشگری تهران گفت: پايون اصفهان در این نمایشگاه با مشارکت اتاق بازرگانی، اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، شهرداری، صدا و سیما، مرکز اصفهان، جامعه حرفه‌ای هتلداران، انجمن صنفی خدمات مسافرتی، انجمن راهنمایان تور، انجمن اقامتگاه‌های بوم‌گردی و اتحادیه صنایع دستی و راهبری شرکت توسعه گردشگری راه ابریشم ایرانیان برگزار شد. وی افزود: مدل به کار گرفته شده در این نمایشگاه مدل کوچینگ و مشارکت مستمر بود.

در ادامه این جلسه برگزاری رویدادهای مختلف، ارائه اصفهان در قالب یک بسته، انتشار داستان‌های ناگفته اصفهان در نشریه‌ای به منظور اطلاع‌رسانی عمومی، تهیه مجموعه‌ای جامع از پتانسیل‌های اصفهان و شهرستان‌های آن در حوزه‌های مختلف، تهیه کتابچه‌های راهنمای جامع، برگزاری تورهای مناسبی و موضوعی در حوزه‌های خوراک، ادبیات و...، ایجاد جذابیت برای جذب مخاطب عام، ارائه روایتی منسجم در دوره‌های تاریخی مختلف از اصفهان، تهیه محتوا برای مخاطب سالمند و کودک، ظرفیت‌سنجی برای برقراری تعاملات جدید، ایجاد نمادهای داستان‌های ناگفته اصفهان در مبادی ورودی شهر، نمایش داستان‌های ناگفته اصفهان در پروازهای داخلی و خارجی از جمله پیشنهادات ارایه شده به منظور هر چه بهتر برگزار شدن پایون اصفهان در فرودگاه‌های کشور و مجموعه ایران مال بود.