Iranian Cultural Heritage
Handicrafts & Tourism Organization

In the name of God

"Destination Marketing Strategies in The OIC Member Countries"

13 September 2018
Ankara

Iran cultural Heritage, Handicrafts and tourism Org. (ICHTO)

By: Afsaneh Jafary
hajafari84@gmail.com

hajafari84@gmail.com

GEOGRAPHY AND CLIMATE

- Population: 82.021.564 **(Iran is the 17th largest country in the world)**
- Tehran Population : 12.059.000
- Mount Damavand at 5.671 m is the country highest peak.
- Climate: is mostly arid, semiarid and subtropical along the Caspian Coast.

hajafari84@gmail.com

Iranian Cultural Heritage
Handicrafts & Tourism Organization

Iran, Four-season Land

DIZIN

Kish Island

Mount Damavand

Hirkani jungle

Lut desert

hajafari84@gmail.com

Iranian Cultural Heritage
Handicrafts & Tourism Organization

Tourism in I.R of Iran

Inbound tourist
(2017)

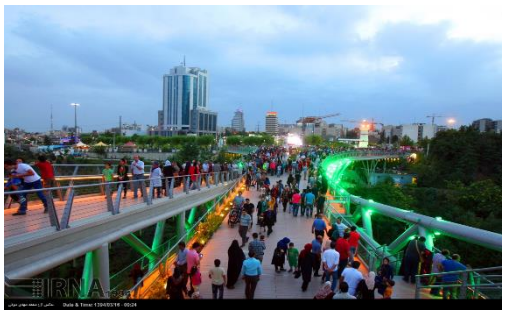
4,866,000

Tourist expenditure: about
(2015)

9 billion US$

Out bound tourist departure
(2017)

10,543,000



hajafari84@gmail.com

Iran Tourism Potential

- More than one million historic, cultural and natural sites as well as 23 world heritage site in UNESCO list
- Iran is of potent in health tourism enjoying skillful, human resource well equipped clinics of stand of international standards as well as natural treatment sites such as spa thermal resorts and so on…
- Similarities and cultural affinities with neighboring countries and some distant countries (the road of silk and marine)
- Iran's peaceful and non-aggressive attitude toward relations with countries;

hajafari84@gmail.com

Iran: Beyond Expectation

Iran Tourism Potential
(Continue)

- Enjoying touristic, cultural, historic and environmental resources and due to our ancient civilizations aging some thousand years before Christianity
- Having a good variety of nature based tourism sites that are virginal
- Standing the supreme countries of the world in terms of producing handicrafts of world fame
- Locating on Silk Road and a member of UNWTO Silk Road project
- A pillars of religious tourism and Halal Tourism in the region

hajafari84@gmail.com

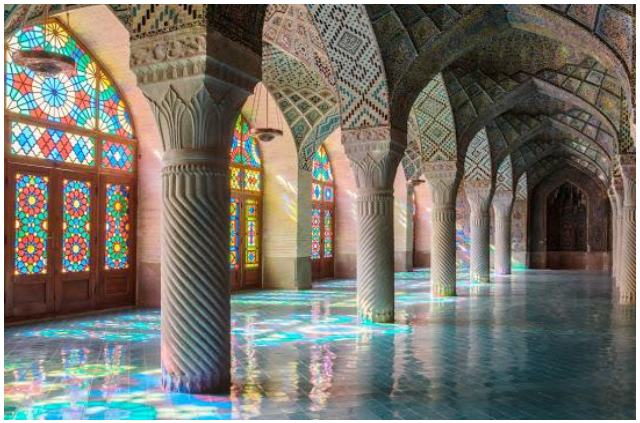
Iranian Cultural Heritage
Handicrafts & Tourism Organization

Tourism Marketing and promotion Policies of ICHTO

vission

- Increasing Iran's share in global tourism market over a 20-year period up to 2025 by about 1.5 percent of international tourists, which would mean accepting at least 20 million tourists, and

- earning 2 percent of global revenues of tourism industry, which will add up to, at least, 25 billion USD;



hajafari84@gmail.com

Iranian Cultural Heritage
Handicrafts & Tourism Organization

I.R of Iran Destination Marketing Strategies

A) prioritizing the Iran tourism target markets

- **Taking three different approaches in order to Focus on th country target markets**

1. Strengthening traditional markets and neighboring country
2. developing of tourism products geared to target markets needs
3. Developing tourism markets of Iran with an emphasis on emerging markets

hajafari84@gmail.com

I.R of Iran Destination Marketing Strategies

B) Holding And Hosting International Events

- Tehran International Exhibition registered in UNWTO annual calendar
- HAMEDAN; ACD Capital Tourism in 2018
- TABRIZ; OIC Capital Tourism in 2018
- 17th World Tourist guide Convention
- Eco-Silk road food festival annual
- First ACD ministerial meeting on tourism , Tabriz, Iran 2016
- OIC- Health international conference for 4 years
- ECO-Health international conference in 2014
- International Culture Festival of Iranian Tribes

hajafari84@gmail.com

I.R of Iran Destination Marketing Strategies

C) Arranging fame tours

- For tour operators, journalist, bloggers, documenters, photographers and …

D) Attending foreign exhibitions(2018)

- ITB(GERMANY), Fitur(SPAIN), EMITT(TURKY), COTTM(CHINA), JATA(JAPENS), TOP RESA (FRANCE), Oman health exhibition & conference(OMAN), WTM(LONDEN), …

hajafari84@gmail.com

I.R of Iran Destination Marketing Strategies

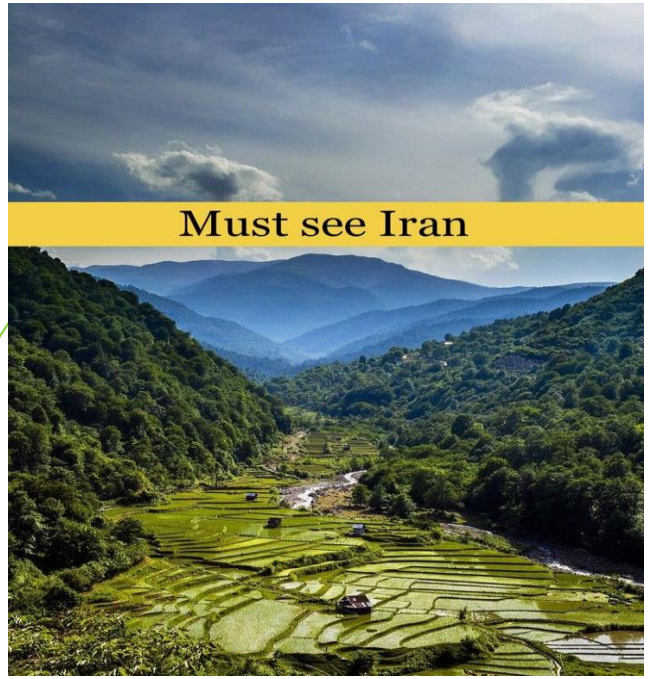
E) Electronic

F) Establishment tourism information representative in the target market country

- Oman, Germany, Italy, Azerbaijan, Netherland, Japan, Spain, France, Hong Kong, china,

hajafari84@gmail.com

Thank you...



hajafari84@gmail.com

Iranian Cultural Heritage
Handicrafts & Tourism Organization

سیاست های کلان بازاریابی و تبلیغات گردشگری

- تمرکز بر بازارهای هدف گردشگری کشور با دو رویکرد:
  - الف) تقویت و نفوذ در بازارهای موجود و سنتی؛
  - ب) توسعه محصولات گردشگری منطبق بر بازارهای هدف؛ و
  - ج) توسعه بازارهای گردشگری ایران با تاکید بر بازارهای نوظهور.
- تقویت و بهره گیری از ظرفیت های تعاملات و همکاری های مشترک گردشگری با کشورهای بازار هدف؛
- تمرکز بر ظرفیت های فضای مجازی در بازاریابی و تبلیغات گردشگری ؛
- تمرکز بر برگزاری و شرکت در رویدادهای اثرگذار بر بازار گردشگری ایران؛ و
- برگزاری و شرکت در نمایشگاه های موثر بر بازار گردشگری ایران(تاکید بر معرفی محصولات گردشگری ایران، تاکید بر معرفی ظرفیت های گردشگری ایران)؛

hajafari84@gmail.com

تمرکز بر بازارهای هدف گردشگری کشور

- مطالعه، ارزیابی و به هنگام رسانی لیست بازار هدف گردشگری جمهوری اسلامی ایران

اولویت	کشورهای بازار هدف
اولویت اول	آلمان، چین، عراق، ترکیه، ایتالیا، روسیه، کویت، فرانسه، عمان، قطر، آذربایجان، امارات، قزاقستان، پاکستان، افغانستان و اتریش
اولویت دوم	هندوستان، سوییس، مالزی، هلند، سوئد، کره جنوبی، ترکمنستان، ژاپن، اسپانیا، عربستان، ارمنستان، بحرین، گرجستان، بلژیک، دانمارک و تایلند

hajafari84@gmail.com

کلیاتی از بازارهای هدف ایران

شرح	ویژگی های اصلی بازار برای ایران	فراوانی	سهم از کل بازار هدف	محصول اصلی متناظر
کشورهای همسایه	قرابت های فرهنگی، خرجکرد پایین، بازار پرحجم	13	%38	مذهبی، سلامت، تاریخی و فرهنگی، تجاری، تفریحی
اروپا	بازار سنتی، خرجکرد بالا، بازار با حجم کم	14	%41	تاریخی و فرهنگی، طبیعت گردی
جنوب شرق آسیا	بازار پرحجم ، خرجکرد بالا، شناخت کم از ایران	5	%14	تاریخی و فرهنگی، تجاری
کشورهای عربی	قرابت های مذهبی، خرجکرد بالا در محصول سلامت و پایین درمحصول مذهبی، شناخت نسبی از ایران	7	%20	مذهبی، سلامت، تاریخی و فرهنگی
بازارهای نوظهور	افزایش تولید سفر، بازار پرحجم ، شناخت کم از ایران	7	%20	تاریخی و فرهنگی، سلامت، تفریحی

hajafari84@gmail.com

مهم ترین فعالیت های بازاریابی گردشگری

- تهیه **کتابچه های تحقیقات بازار** گردشگری برای بازارهای هدف جمهوری اسلامی ایران؛
- تدوین **برنامه اقدام سالانه بازاریابی**(Marketing Action Plan) به ازای کشورهای بازار هدف؛
- فعالیت های لازم برای کمک به شکل گیری **همکاری های بین المللی** گردشگری با کشورهای بازار هدف؛
- مطالعه **روندهای اصلی و در حال تغییر** در بازارهای بین المللی گردشگری؛
- به روز رسانی **داده ها و اطلاعات آماری گردشگری** کشورها بویژه کشورهای بازار هدف؛ و
- تلاش برای **انطباق** هرچه بیش تر میان ویژگی های تقاضا با محصولات و خدمات قابل عرضه در برش ملی و استانی.

hajafari84@gmail.com

ظرفیت ها و فرصت های صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران

- تشابهات و قرابت های فرهنگی با کشورهای همسایه و برخی از کشورهای دوردست(جاده ابریشم زمینی و دریایی)؛
- نگاه صلح جویانه و غیر تهاجمی ایران نسبت به روابط با کشورها؛
- موقعیت جغرافیایی ایران در منطقه و جهان به عنوان چهارراهی برای تردد؛ و
- نگاه جدی مسئولان و فعالان بخش های مختلف دولتی، عمومی و خصوصی به گردشگری به عنوان یکی از راهبردهای اساسی توسعه کشور.

hajafari84@gmail.com

مزیت ها و نقاط قوت صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران

- جایگاه گردشگری ایران **رتبه دهم** جاذبه‌های باستانی و تاریخی و **رتبه پنجم** جاذبه‌های طبیعی جهان؛
- توانمندی ایران در عرضه انواع محصول گردشگری(تاریخی- فرهنگی، مذهبی، طبیعت گردی، سلامت، ورزشی، ماجراجویانه، تجاری، دفاع مقدس و ...)؛
- ثبت انواع جاذبه های گردشگری ایران:
  - تعداد میراث **ثبت جهانی یونسکو**: 22 آثار فرهنگی و یک اثر طبیعی
  - تعداد **ثبت ملی** آثار: تعداد 460 اثر طبیعی، 1761 معنوی و 32095 آثار غیرمنقول و .... منقول
  - ثبت شهرهای خلاق صنایع دستی و غذا در یونسکو
  - ثبت 6 شهر و یک روستای **جهانی صنایع دستی**
- تنوع اکوسیستمی و **چهارفصل بودن** ایران؛ و
- اختلاف ارز ایران با ارزهای رایج و کشورهای همسایه به عنوان مزیت نسبی.

hajafari84@gmail.com

موانع و مشکلات صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران

- عدم معرفی مناسب قابلیت های گردشگری ایران به بازارهای بین المللی؛
- بمباران منفی خبری و ترویج ایران هراسی توسط رسانه های بین المللی؛
- جذابیت رقابتی پایین در صنعت گردشگری ایران؛
- بالا بودن قیمت بسته های سفر به ایران؛
- عدم انطباق تولیدات صنایع دستی و محصولات گردشگری با سلیقه بازار بین المللی؛
- عدم امکان استفاده گردشگران خارجی از کارت های اعتباری بین المللی در ایران؛
- ضعف در بانک اطلاعاتی جامع و به روز شده الکترونیکی گردشگري ایران(معرفی جاذبه ها، معرفی فرصت ها، مشوق ها و قوانین سرمایه گذاری)؛

hajafari84@gmail.com

گردشگر ورودی در سال 1396

5113524	• تعداد گردشگر ورودي به كشور در سال1396
4901084	• تعداد گردشگر ورودي به كشور در سال1395
212440	• تراز(ميزان اختلاف نسبت به دوره مشابه سال قبل)
4.33	• درصد تغييرات

hajafari84@gmail.com

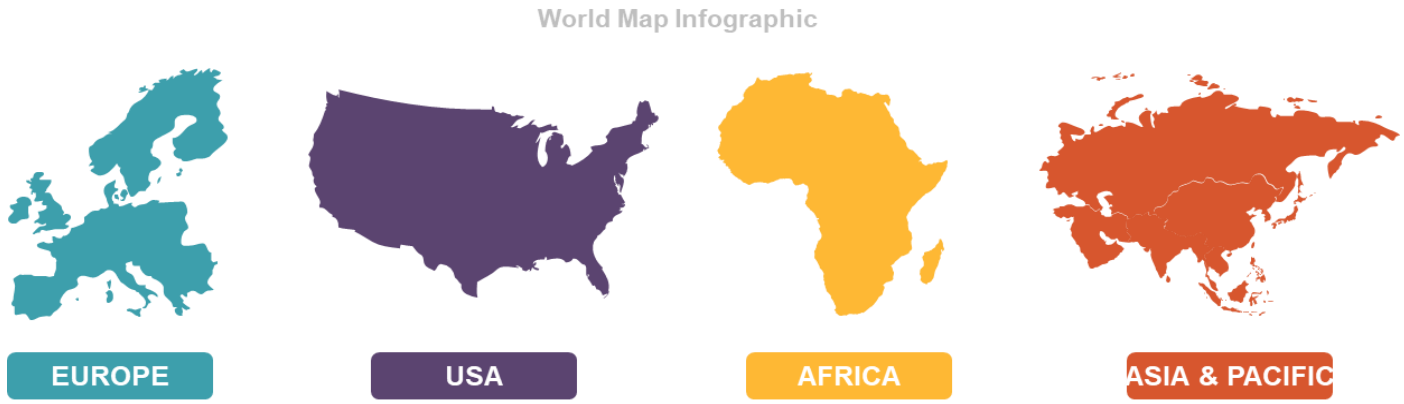
تعداد کل گردشگران خروجی از کشور در سال 1396

5964904	• تعداد گردشگران خروجی غیر زیارتی ۹۶
4578048	• تعداد گردشگران خروجی به کشورهای مقصد گردشگری زیارتی(عراق، عربستان سعودی و سوریه) ۹۶
10542952	• مجموع گردشگران خروجی ۹۶
4916255	• تعداد گردشگران خروجی غیر زیارتی ۹۵
4263255	• تعداد گردشگران خروجی به کشورهای مقصد گردشگری زیارتی(عراق، عربستان سعودی و سوریه) ۹۵
9179510	• مجموع گردشگران خروجی ۹۵
21.33	• درصد تغییرات گردشگران خروجی غیر زیارتی
7.38	• درصد تغییرات گردشگران خروجی به کشورهای مقصد گردشگری زیارتی
14.85	• درصد تغییرات مجموع گردشگران خروجی

hajafari84@gmail.com

گردشگران ورودی بهار ۹۷-بدون احتساب ایرانیان مقیم خارج از کشور

ورودبه ایران پلیس مهاجرت 97

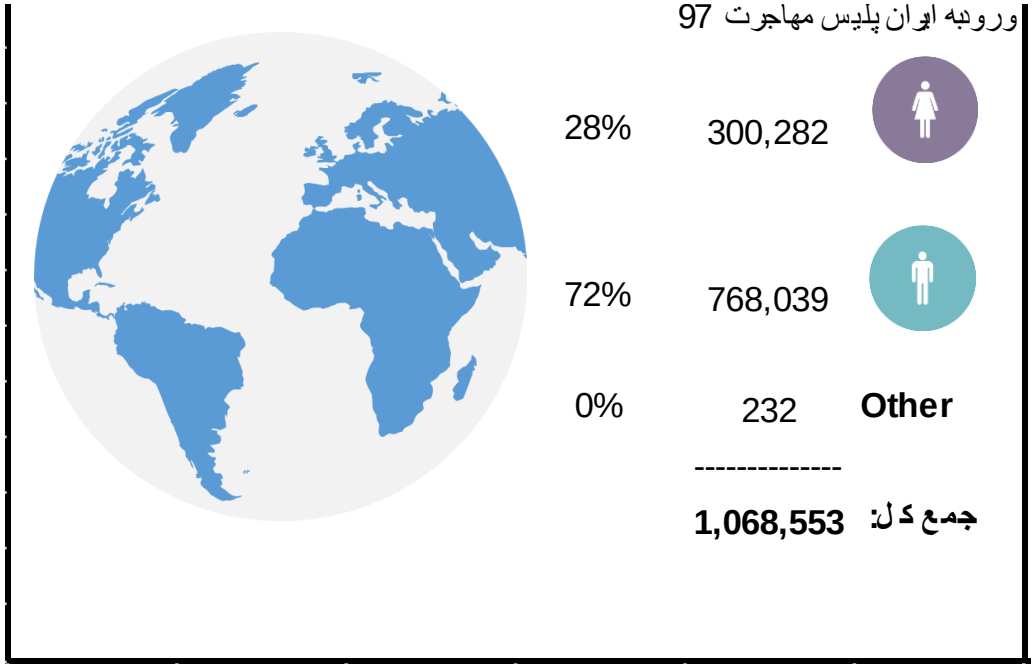


EUROPE	USA	AFRICA	ASIA & PACIFIC
500,575	2,468	2,790	562,720
47%	0%	0%	53%

جمع کل ورودبه ایران پلیس مهاجرت: **1,068,553**

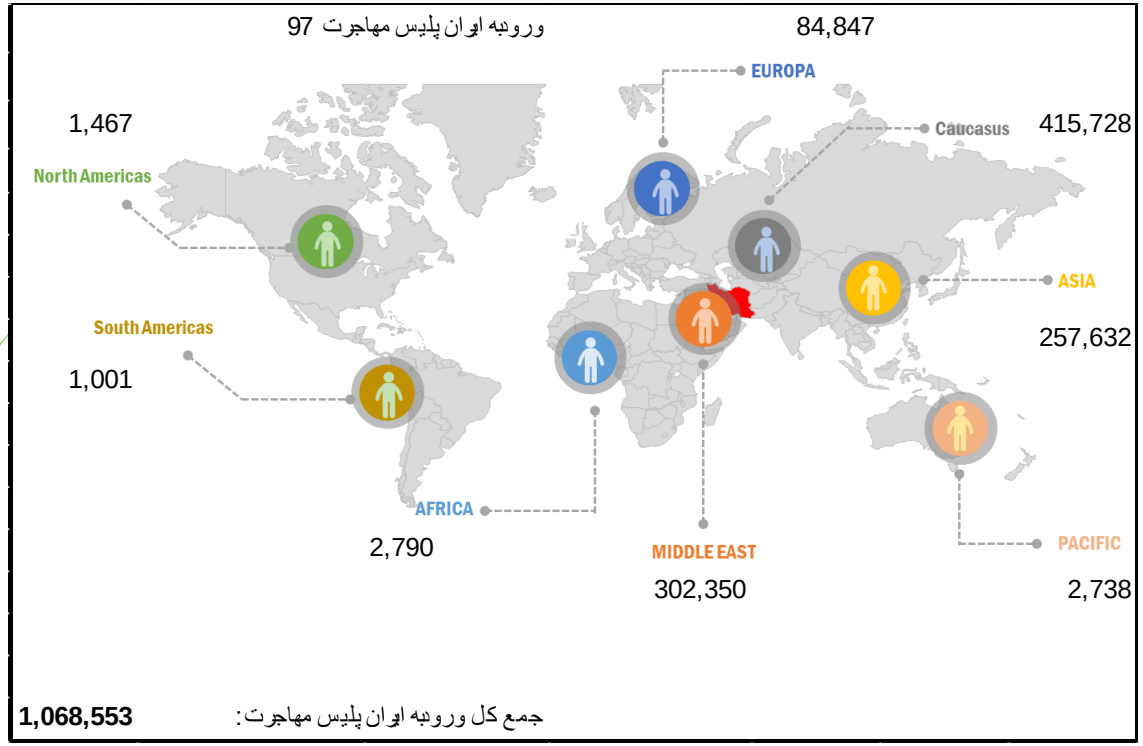
hajafari84@gmail.com

گردشگران ورودی بهار ۹۷-بدون احتساب ایرانیان مقیم خارج از کشور



hajafari84@gmail.com

ـهار 97-بدون احتساب ایرانیان مقیم خارج از کشور



آمار گردشگران ورودی به ایران در سه ماهه اول 1397

مقصد	سال 96		سال 97		تراز	درصد تغییرات
	تعداد	درصد	تعداد	درصد		
عراق	248005	22.45	435308	30.16	187303	75.52
آذربایجان	227993	20.64	307548	21.30	79555	34.89
افغانستان	165237	14.96	228210	15.81	62973	38.11
ترکیه	139896	12.66	174173	12.07	34277	24.50
ارمنستان	4840	0.44	19614	1.36	14774	305.25
پاکستان	40407	3.66	46521	3.22	6114	15.13
روسیه	5576	0.50	9672	0.67	4096	73.46
عربستان سعودي	2128	0.19	3988	0.28	1860	87.41
قطر	2740	0.25	3026	0.21	286	10.44

hajafari84@gmail.com

آمار گردشگران اروپایی ورودی به ایران در سه ماهه اول 1397

۳ الف – وضعیت گردشگران ورودی از کشورهای اتحادیه اروپا به تفکیک ماه (بهار ۱۳۹۷)

رتبه	ماه	سال ۱۳۹۵		سال ۱۳۹۶		تراز	درصد تغییرات
		تعداد	درصد	تعداد	درصد		
1	آلمان	20461	24.53	15011	23.85	-5450	-26.64
2	فرانسه	15166	18.18	12533	19.92	-2633	-17.36
3	ایتالیا	11329	13.58	6866	10.91	-4463	-39.39
4	هلند	6725	8.06	5115	8.13	-1610	-23.94
5	انگلستان	6516	7.81	4549	7.23	-1967	-30.19
6	اتریش	4286	5.14	3635	5.78	-651	-15.19
7	سوئد	3688	4.42	3103	4.93	-585	-15.86
8	اسپانیا	3306	3.96	2473	3.93	-833	-25.20
9	بلژیک	2305	2.76	1653	2.63	-652	-28.29
	مجموع کل گردشگر ورودی از اروپا	83427	100.00	62931	100.00	-20496	-24.57

hajafari84@gmail.com

آمار گردشگران خروجی ایران- سه ماهه اول 97

رتبه	ملیت	سال 1397		سال 1396		تراز	درصد تغییرات
		تعداد	درصد	تعداد	درصد		
1	تایلند	17603	1.62	26632	2.10	9029-	33.90-
2	امارات متحده عربي	169673	15.58	230864	18.23	61191-	26.51-
3	مالزي	13857	1.27	18171	1.43	4314-	23.74-
4	افغانستان	21012	1.93	28385	2.24	7373-	25.97-
5	ارمنستان	39582	3.64	49996	3.95	10414-	20.83-
6	چين	25484	2.34	31502	2.49	6018-	19.10-
7	آذربايجان	76527	7.03	88389	6.98	11862-	13.42-
8	كويت	15745	1.45	17052	1.35	1307-	7.66-
9	عراق	598438	54.96	643298	50.79	44860-	6.97-
10	آلمان	50240	4.61	51578	4.07	1338-	2.59-

hajafari84@gmail.com