



## ТЕХНИЧЕСКО ЗАДАНИЕ

### Обособена позиция 1

#### 1. Предмет на услугите

Разработване на маркетингова стратегия -1 бр.

#### 2. Обща информация

Услугите по разработване на маркетингова стратегия се реализират в рамките на проект на Клъстер „Фестивалите в България“ ООД с договор са безвъзмездна финансова помощ № BG16RFOP002-2.009-0030-C01.

Клъстер Фестивалите в България ООД се фокусира тематично върху предоставянето на специализирани услуги в сферата на събитийния мениджмънт, фестивалния туризъм и съпътстващите ги услуги. Клъстерът е в начален етап на развитие и обединява организации от сферите на туризма, информационните дейности, маркетинга, издателската и филмова индустрия.

Клъстер Фестивалите в България е създаден през 2016г. и се развива динамично като реализира приходи от услуги, от рекламна дейност и стартира организиране на редица мероприятия с фестивален характер в страната.

В рамките на своята визия за развитие, клъстерът си поставя следните стратегически цели:

- Утвърждаване на бранда на клъстер „Фестивалите в България“ в национален и международен аспект.
- Интернационализация на продуктите и услугите на клъстера и неговите членове и достъп до нови пазари и клиенти за съществуващите услуги на клъстера и събитията на неговите клиенти.
- Развитие на иновативни технологии, ноу-хау и гъвкави предложения за клиентите на клъстера.
- Реализиране на финансов резултат и създаване на капитал, получен от навлизането на чужди пазари.
- Внедряване на нови ко-брандирани продукти чрез повишена международна конкуренция.
- Трансфер на знания и умения и работа в мрежи чрез взаимодействие на клъстер „Фестивалите в България“ с чуждестранни партньори от сферата на събитийната индустрия, туризма, медиите и комуникациите.

Освен стратегическите цели, клъстерът си поставя и оперативни такива, в това число:

1. Разработване на пакетни услуги и дейности в съответствие с изискванията и очаквания на пазара и новите тенденции в глобалната събитийна индустрия;
2. Разработване на съвместни медийни и други партньорства свързани с популяризиране на фестивалите в различни държави и посредством различни канали.
3. Привличане на изявени чуждестранни събитийни организатори и експерти за създаване на разнообразна, международна и креативна конкурентна структура.
4. Приложение на иновативни технологии при осъществяване на дейности по интернационализация:
  - използване на нови технологии за продажба на билети;
  - използване на нови технологии за аудио и визуално представяне;

- участия в интернационални уеб портали за събития;
  - участия в съвместни каталози за събитийни организатори и много други.
5. Участие в международни организации и изграждане на партньорски мрежи за сътрудничество с водещи европейски и световни организации в сектора.
  6. Повишаване на компетентността на екипа на клъстера чрез участия в различни обучения и инициативи.
  7. Проучване и разработване на възможности за излизане на нови пазари с услуги на клъстера.

### **3. Обхват на услугата**

Услугата по разработване на маркетингова стратегия се осъществява с цел подпомагане на развитието на клъстера за коопериране, създаване на сътрудничества и интернационализация.

Маркетинг стратегията следва да включва задължително следните елементи:

- а) целеви пазар;
- б) пазарна позиция;
- в) сравнителни конкурентни предимства;
- г) основни цели;
- д) маркетинг микс;
- е) основни идеи за реализиране;
- ж) разпределение на ресурсите.

Маркетинг стратегията следва да изведе ключовите за развитието на клъстера подходи и мерки, които да подпомогнат пазарното позициониране на клъстерните продукти/услуги.

### **1. Резултат**

Маркетинг стратегия – 1 бр.