

ארה"ב

כנס תיירות

מתודולוגיה

מחקר איכותי

- ▶ במסגרת המחקר, נערכו 6 קבוצות המיקוד במאי 2012 (3 בניו יורק ו 3 בלוס אנג'לס), בקרב גברים ונשים בגילאי 30-70, אשר טסו לחו"ל ב 3 השנים האחרונות, או מתכננים לטוס לחו"ל בעתיד הקרוב

מחקר הכמותי

- ▶ נדגמו 200 גברים ונשים בעלי הכנסה של \$100,000 ומעלה בשנה בכל אחד משלושת היעדים שנבחרו: לוס אנג'לס, ניו יורק ומיאמי. הסקר האינטרנטי נערך בפאנל אינטרנטי של Ipsos. המשיבים הם בגילאי 30-70 שטסו לחו"ל ליעד שהוא אינו קנדה, בהאמה, מקסיקו או הוואי בשלוש שנים האחרונות או שמתכננים לטוס בשלוש שנים האחרונות
- ▶ המחקרים נערכו באמצעות Market Watch – Ipsos



מטרות המחקר

1. מיפוי מכלול השיקולים בבחירת היעד לחופשה
2. הבנת העמדות והתפיסות כלפי ישראל, כיעד לחופשה
3. זיהוי החסמים והמניעים לבחירה בישראל כיעד לחופשה



לוס אנג'לס

לוס אנג'לס

▶ **מחפשים חופשות חדשות שיאפשרו להם לקחת חלק**

פעיל בחוויה התרבותית.

▶ **המשתתפים מלוס אנג'לס מביעים העדפה לנופש בעל**

ביטויים יצירתיים (תיאטרון, ארכיטקטורה..), שיש בו

משום הרחבת אופקים עבורם.



ישראל אינה מוזכרת בצורה בלתי נעזרת

Expand Horizons



- תאילנד
- קמבודיה
- נפאל
- מונגוליה
- סין
- לבנון
- פרו
- דרום אפריקה

- ברזיל
- קרלה, הודו
- ניו זילנד
- ארגנטינה
- קניה
- מאלי
- טורקיה
- אנטרטיקה
- נורבגיה

New & Different



Taste Culture



- ברצלונה
- יוון
- ברזיל
- ארגנטינה
- תאילנד
- הקאריביים
- פריז
- איסטנבול
- סנט. פטרבורג
- מצרים
- פורטוגל
- צרפת
- איטליה
- אנגליה
- יפן
- אוסטריה
- שוויץ

- טהיטי
- הוואי
- הקאיביים
- תאילנד
- ניו זילנד
- באלי

Total Disconnect



Be Immersed



- דרום אפריקה
- נפל
- הודו
- קניה
- בליז
- קוסטה ריקה
- יפן
- קופה

ישראל אינה נתפסת, בקרב המשתתפים בלוס אנג'לס, כיעד היכול לספק את הצרכים שלהם (הרחבת אופקים / חוויה תרבותית כוללת)

המשתתפים בגילאי 56-70, מביעים את העניין הרב ביותר בתרבויות זרות, דבר המשתקף במדינות בהן הם מעוניינים לבקר. כמו כן, הם בעלי המודעות הגבוהה ביותר להיצע התרבותי של ישראל ומהווים את קהל היעד הרלבנטי ביותר לקמפיין תיירות



האם
ביכולתנו
לגשר על
הפער ?



המודעות ל"מה שיש לישראל להציע", הנה מוגבלת למדי. ההתייחסות לישראל הנה בקווים כלליים, כאשר מובע קושי לדמיין ולתאר "מה בדיוק יעשו בה".

סיבות לבקר בישראל

תרבות

- נקודת מפגש עולמית של דתות ותרבויות



נוחות

- תחבורה נוחה
- אתרים ואטרקציות הקרובים זה לזה, באופן יחסי
- נמל התעופה הבטוח ביותר בעולם
- גישה קלה ונוחה לאירופה ולמדינות האזור



אתרים

- ים המלח
- הכותל המערבי
- עתיקות
- ארכיטקטורה וארכיאולוגיה



השיקול בביקור בישראל כיעד אופציונאלי לחופשה הנה כה נמוכה, עד כדי כך שהחסמים לביקור בקושי עולים במחשבה.

סיבות לא לבקר בישראל



ביטחון

אין תחושת חופש להסתובב



לא רצויים

תחושה לא נוחה עבור מי שאינו יהודי



"כוח משיכה" נמוך

- לא "עסיסי"
- חיי לילה הדומים לאלה בלוס אנג'לס
- אוכל הדומה לזה בלוס אנג'לס

אימג'ים של אתרים קלאסיים, הנם האטרקטיביים ביותר והמועדפים על המשתתפים בלוס אנג'לס, למרות שהם בכלל מחפשים את החוויה הכוללת .



אימג'ים קלאסיים
"זה מקום שרק ארצה
לסמן שהייתי בו"



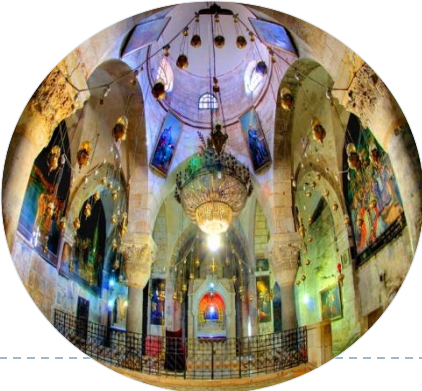
חוויות קלאסיות
"תראו את
הארכיטקטורה הקלאסית
הזאת"



אימג'ים קלאסיים
"זה כל כך יפה ורגוע"



הרפתקאות
"אני רוצה להסתובב
בין הדוכנים והשווקים"



**אתרים ייחודיים
ואותנטיים**
"זה נראה כמו הדבר
האמיתי"

מעבר לאתרים הקלאסיים של ישראל, אימג'ים המציגים את ההזדמנות לטיולי הרפתקאות ולחוויות שלוות ומרגיעות - מתקבלים גם באופן חיובי.



חוויות מהנות
זה נראה מאד
מרגיע, אבל יכול
להיות גם בנאפא"



הרפתקאות
"זה נראה מרוחק
ומקסים"



יופי טבעי
"זה כל כך מבודד
וטהור"



הרפתקאות
"הייתי שמח
לטפס אל מצדה"

ניו יורק

ניו יורק

▶ 'ניו-יורקים' מחפשים חוויות וחופשות השונות

באופן מהותי משגרת חייהם היומיומית

▶ מתבטא בחיפוש אחר חוויות המספקות מגוון

צרכים



הצורך בחוויות תרבותיות, מסופק על ידי מדינות רבות, כאשר ההיסטוריה והארכיאולוגיה בישראל מעוררים משיכה רק בקרב מעטים.

Expand Horizons



- איי הגלאפגוס
- דרום אפריקה
- אוסטרליה
- ניו זילנד
- תאילנד
- קמבודיה
- נורווגיה
- אוזבקיסטן
- אלסקה
- ברזיל

- הוואי
- איי הבתולה
- פיג'י
- חוף השנהב

Unwind Relax



- דרום אפריקה
- איסלנד
- סקנדינביה
- סין
- תאילנד
- קמבודיה
- הודו
- איטליה

- דרום אפריקה
- סין
- הודו
- תאילנד
- קמבודיה
- אוזבקיסטן
- איטליה
- טורקיה

Be Immersed



Genuine Experiences



Taste Culture

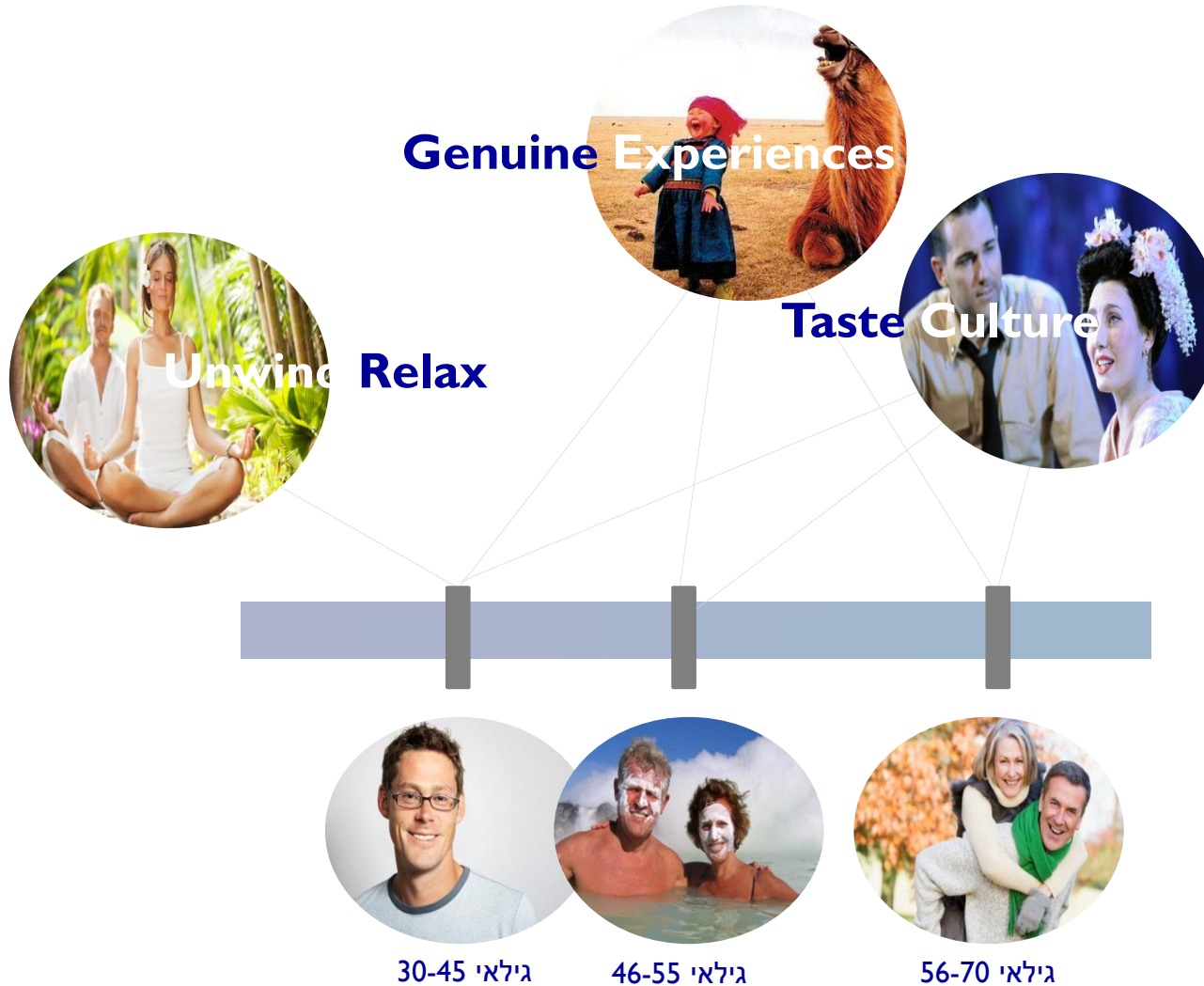


- ירדן
- רוסיה
- צ'כיה
- איטליה
- יוון
- אמסטרדם
- מצרים
- הונגריה
- צרפת
- טורקיה
- ישראל
- דרום אפריקה
- הודו

▶ בניו יורק קיימת מודעות לפניני התרבות
שיש לישראל להציע, אך יש להציף בצורה
משמעותית ומדוייקת יותר על מנת להפוך
את ישראל ליעד תיירותי אטרקטיבי



המשתתפים הצעירים מבטאים צורך רב יותר בשחרור ורוגע, בהשוואה למבוגרים.
ייתכן ובשל כך, אין להתייחס אל קבוצת גיל זו, כאל קהל היעד העיקרי.



התפיסות של המשתתפים מניו יורק, ביחס להיבטים התרבותיים החיוביים של ישראל, אינן מוצקות דיין. החששות והחסמים לביקור בישראל מאפילים על המניעים לבקר בה.

סיבות לא לבקר בישראל:



Why to go



ביטחון

- אלים וכאוטי מדי
- התקוטטויות רחוב
- תנועה מוגבלת



Why not to go

Safety issue

not very pretty

too hot + arid

too homogenous

expensive/pricy

too restrictive dress

uncomfortable not being Jewish

hassle crossing borders

boring cuisine



לא רצויים כאן

- עוינות כלפי ארה"ב
- לא נוח למי שאינו יהודי



פוליטיקה

- אי נוחות במעברי הגבול
- לא ניתן לבקר במדינות ערב, עם חותמת ישראלית בדרכון

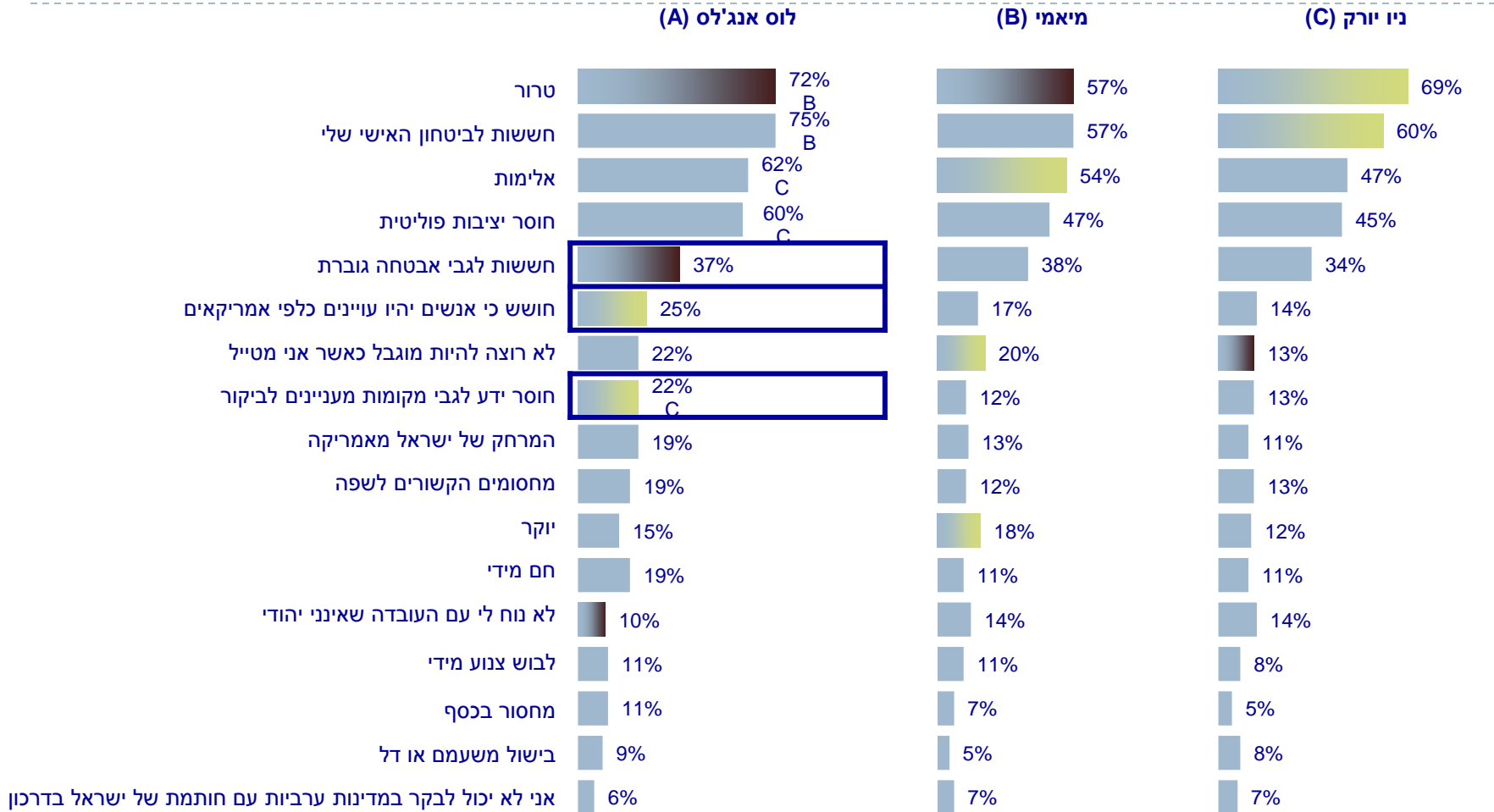


דימוי נחות

- לא מאד יפה
- חמה ויבשה מדי
- לא מספיק פלורליסטית
- יקרה
- קוד לבוש שמרני
- מטבח מקומי משעמם

בנוסף לחששות מטרור ואלימות משמשים כחסמים העיקריים לביקור בישראל, נראה כי חוסר וודאות לגבי מה לצפות מחופשה בישראל והאם היא תגשים את כל צורכיהם, משמשים כחסמים גם כן. הסבר נרחב יותר על המצב האמיתי בישראל יכול עזור ולשחרר חלק ממחסומים אלו.

חסמים לביקור בישראל



 נושא זה פחות חשוב לקבוצה זו של אנשים (יש נושאים אחרים שחשובים יותר)
 יותר חשוב לקבוצה זו של אנשים

בקרב חלק (כאשר נשאלו באופן נעזר) - מצדה, ים המלח, ירושלים ובית לחם, הנם האתרים המהווים גורם משיכה עיקרי לביקור בישראל

סיבות לבקר בישראל

אתרים תרבותיים

- מצדה
- ים המלח
- ירושלים
- הכותל המערבי
- בית לחם
- לצעוד במסלול ההליכה של ישו (ויה דולורוזה)
- לפגוש את כל הדתות במקום אחד



אחר

- חיי לילה תוססים
- מקום דובר אנגלית
- מסעדות
- רמת אבטחה הגבוהה בעולם



לתשומת לב: אתרים אלה הנם בבחינת אטרקציות תרבותיות ולא דתיות.
אתרים דתיים מובהקים, זכו לאזכור מועט בלבד.



אתרים תרבותיים



אימג'ים של ישראל, אשר מתארים את האטרקציות הקלאסיות של המדינה, מהווים את גורם המשיכה המשמעותי ביותר.



אתרים ומראות
קלאסיים
"אתה חייב להגיע
לירושלים, פעם אחת
בחיים"



חוויות קלאסיות
"אני אשמח להזדמנות
לצוף בים המלח. להגיד
שעשיתי את זה"



יופי טבעי
"זה נראה מקום כל כך
יפה"



הרפתקאות
"זאת מצדה? נראה
מקום מהנה"

גם אימג'ים המציגים חוויות ייחודיות ומלהיבות בישראל, נתפסים כאטרקטיביים ביותר.



**אתרים ומראות
קלאסיים**
"אני מניח שזה
בירושלים. הייתי שמח
להגיע לשם"



חוויות קלאסיות
"הייתי רוצה לראות את
כל העתיקות האלה. זה
נראה כמו רומא"



**אתרים ומראות
קלאסיים**
"זה נראה כל כך יפה
וקסום"



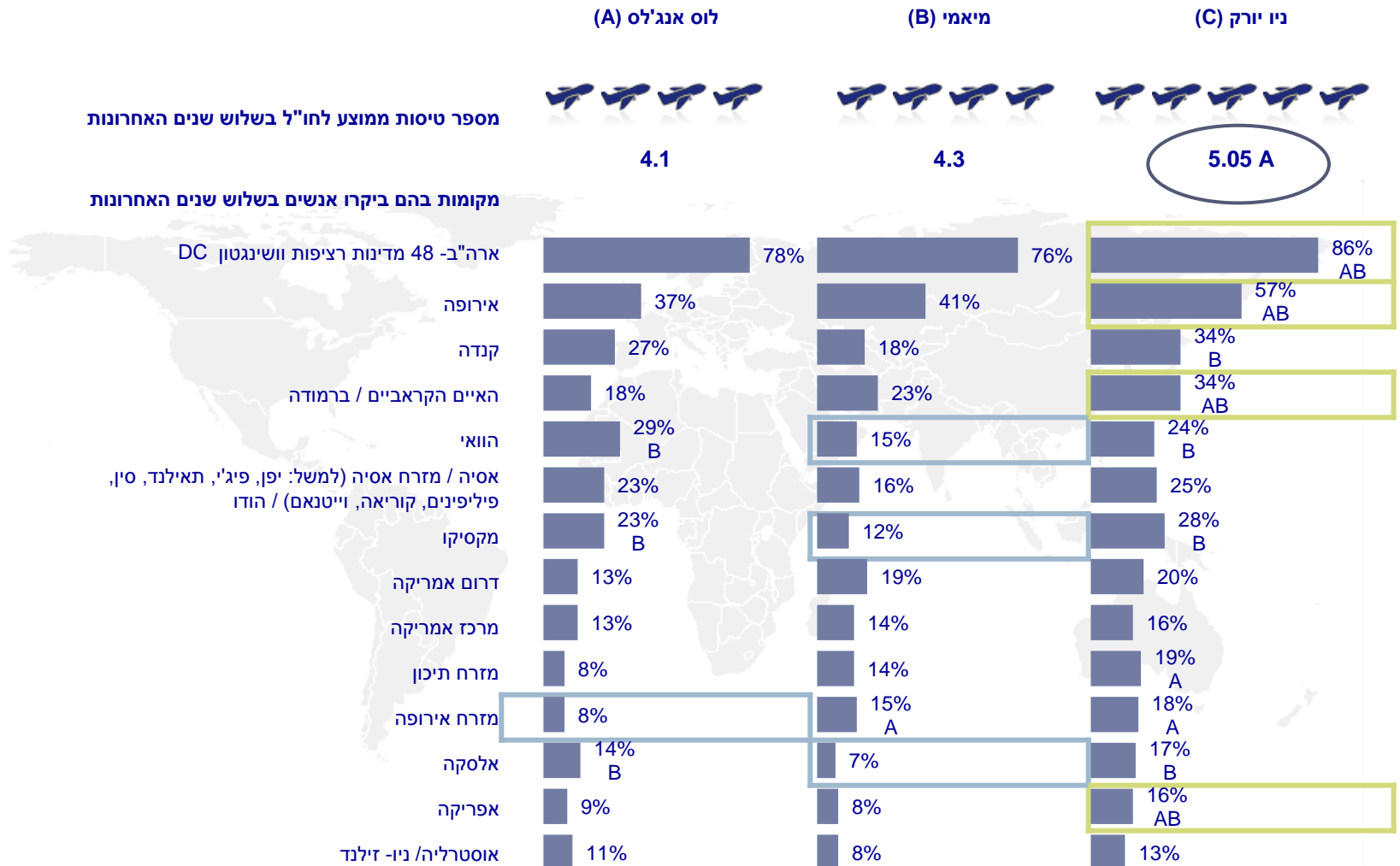
יופי טבעי
"זה פשוט יפיפה"



הרפתקאות
"זה נראה מדהים,
ומאד מהנה"

הרגלי הטיול של תושבי ניו יורק הופכות אותם לקהל יעד מרכזי מבין הקהלים שנבדקו. תושבי מיאמי נוטים פחות מאחרים לטייל מחוץ לגבולות ארה"ב.

מקומות בהם ביקרו בשלוש שנים האחרונות

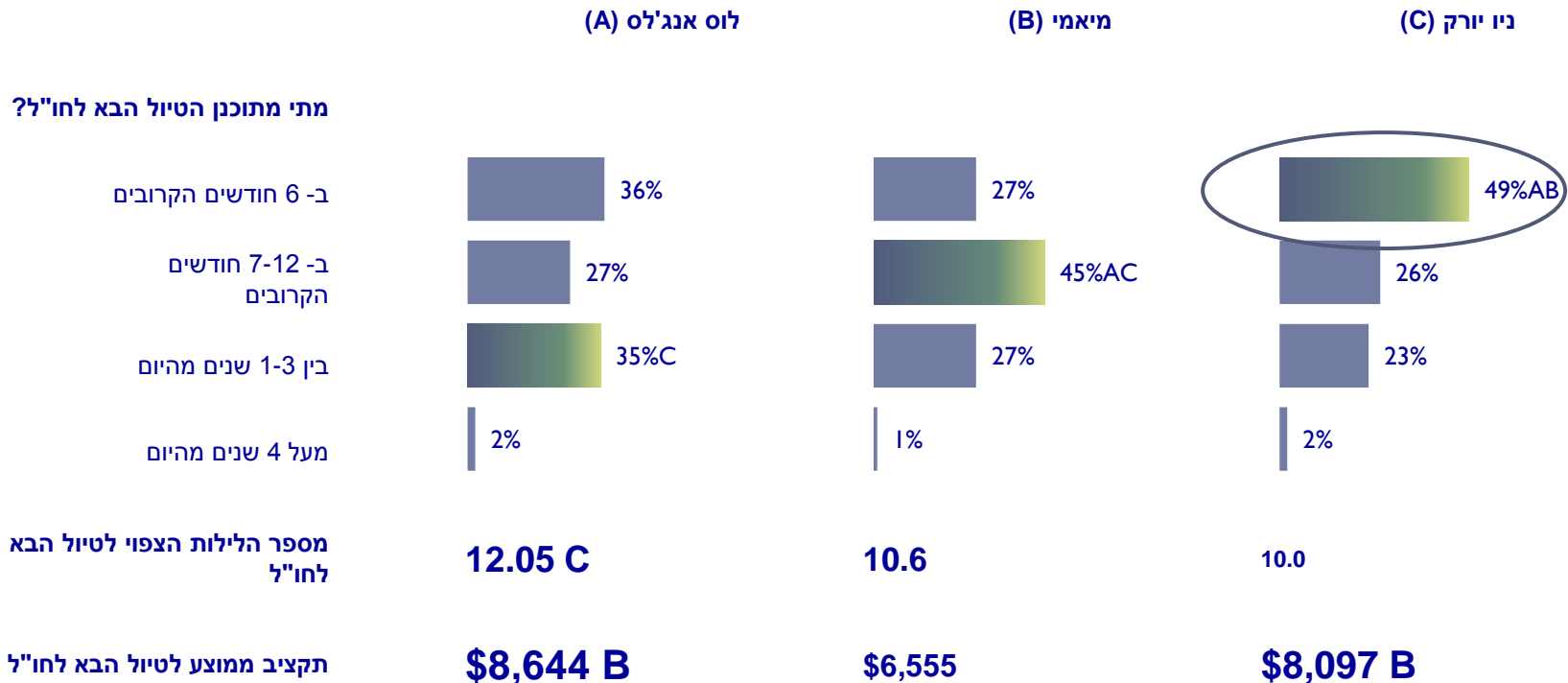


5. As far as you can remember, how many times have you flown abroad for vacation over the past 3 years?

3. Which of the following destinations have you FLOWN to for leisure purposes in the last 3 years?

תושבי לוס אנג'לס מתכננים להוציא את כמות הכסף הגדולה ביותר ולנסוע לטיול הארוך ביותר, אך נראה כי הם יממשו את תוכניות הטיול רק בעוד כמה שנים. תושבי ניו יורק מתכננים לטייל בחצי השנה הקרובה, לכן מיקוד הקמפיין בעיר זו יביא לתוצאות המיידיות ביותר.

פרופיל הטיול



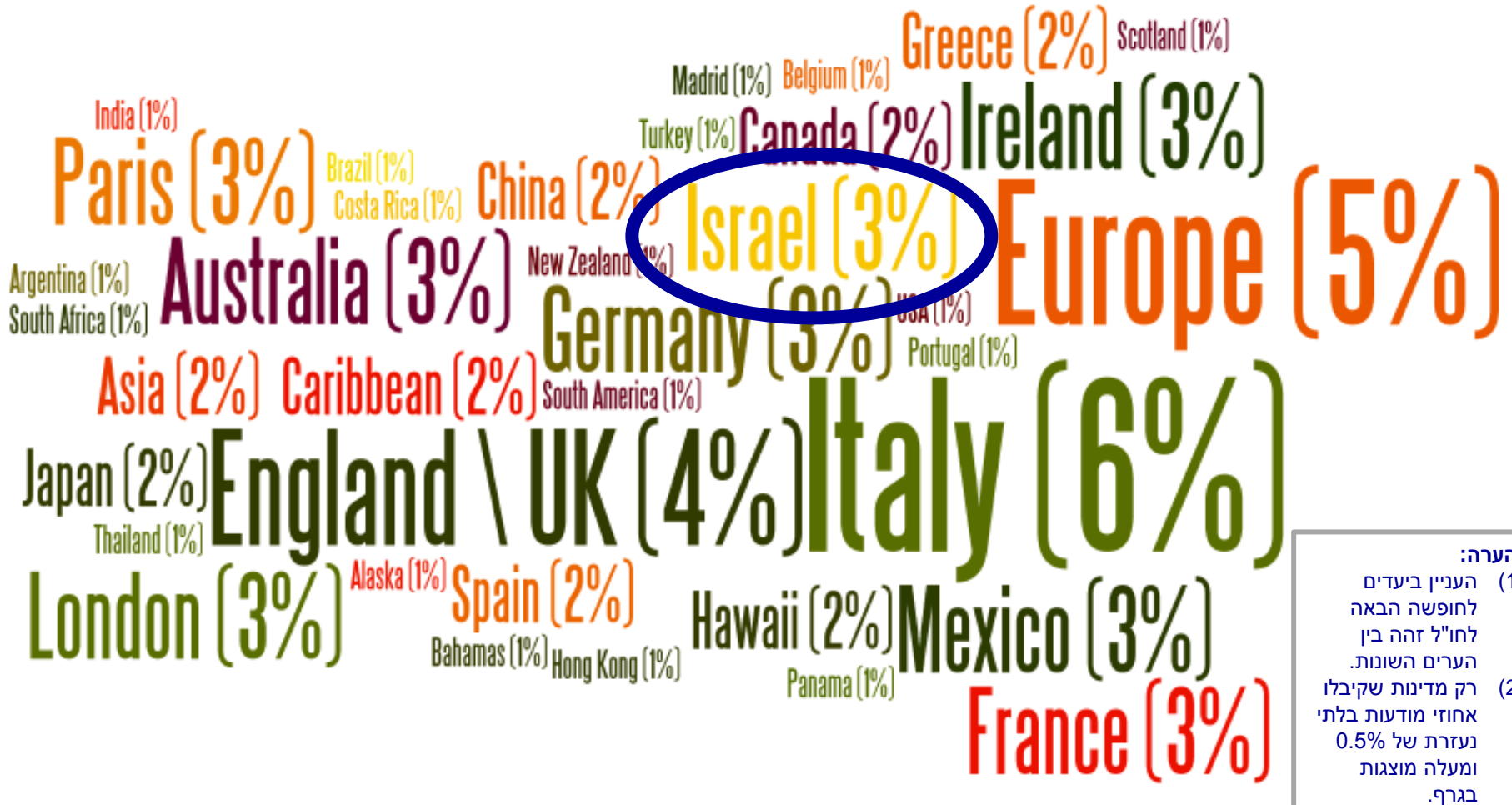
7. When are you planning to take this trip overseas? (Select one)

8. Thinking about the next leisure trip you plan on taking overseas, ideally, how many nights will you be away from home on this trip?

11. What is your budget for this anticipated trip including all transportation costs, accommodations, food, entertainment, activities, etc. If you'll be paying all or part of someone else's expenses who'll travel with you, please include those costs in your total as well. Please provide your best estimate.

... וישראל מדורגת טוב יחסית ברשימת היעדים לחופשה הבאה לחו"ל.

לאילו יעדים מתכננים לנסוע בנסיעה הבאה לחו"ל

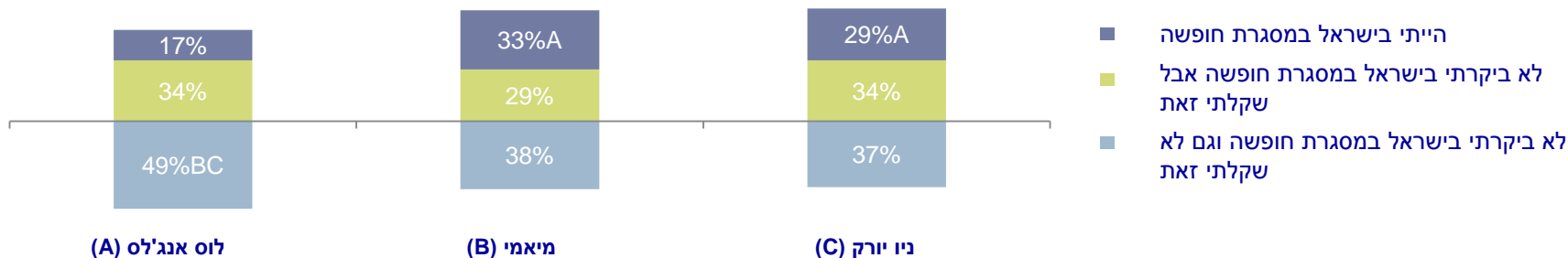


הערה:
(1) העניין ביעדים לחופשה הבאה לחו"ל זהה בין הערים השונות.
(2) רק מדינות שקיבלו אחוזי מודעות בלתי נעזרת של 0.5% ומעלה מוצגות בגרף.

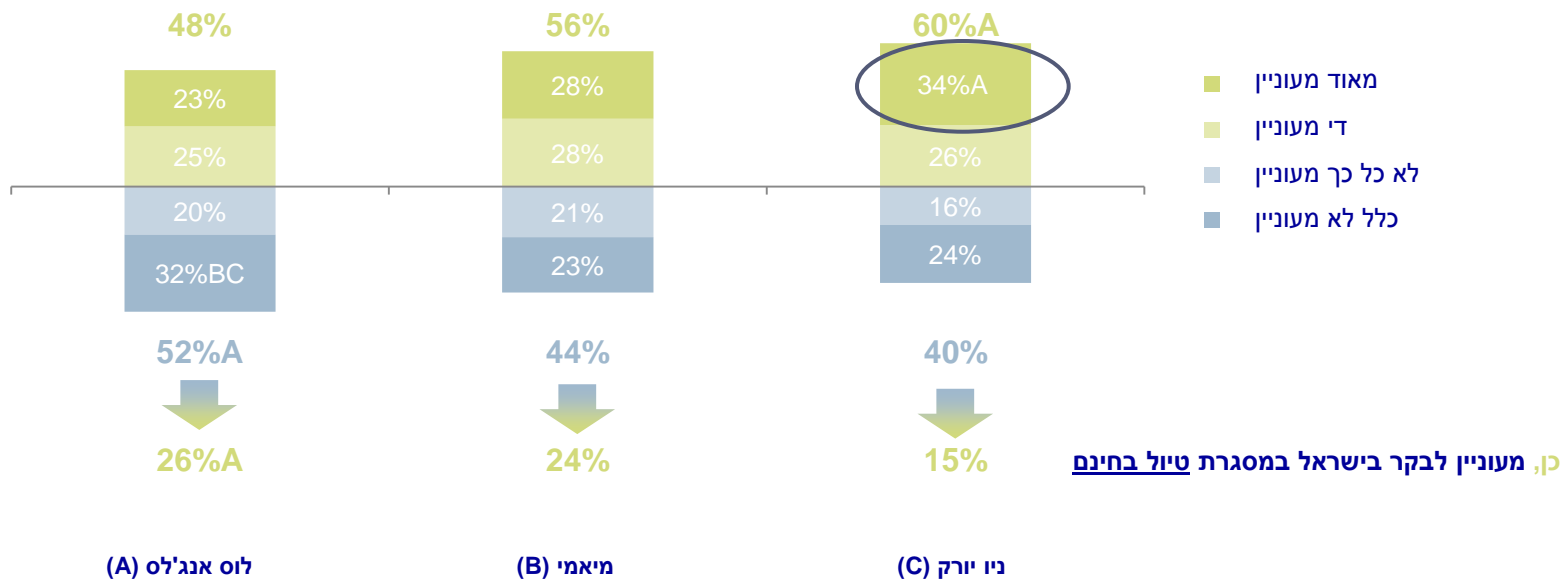
6. Where are you planning on traveling on your next leisure trip overseas? Please indicate the one place you plan on going to.

נראה כי תושבי ניו יורק בעלי הכוונות הגבוהות והמגובשות יותר לביקור בישראל. בקרב תושבי לוס אנג'לס נמצאה הנכונות הנמוכה ביותר לביקור בישראל ונראה כי יהיה הכי קשה לשכנע אותם לבקר בעתיד. תושבי מיאמי פתוחים לרעיון.

נכונות לשקול את ישראל כיעד תיירותי



רמת העניין בביקור בישראל



19. Have you ever taken, or seriously considered taking a vacation in Israel?

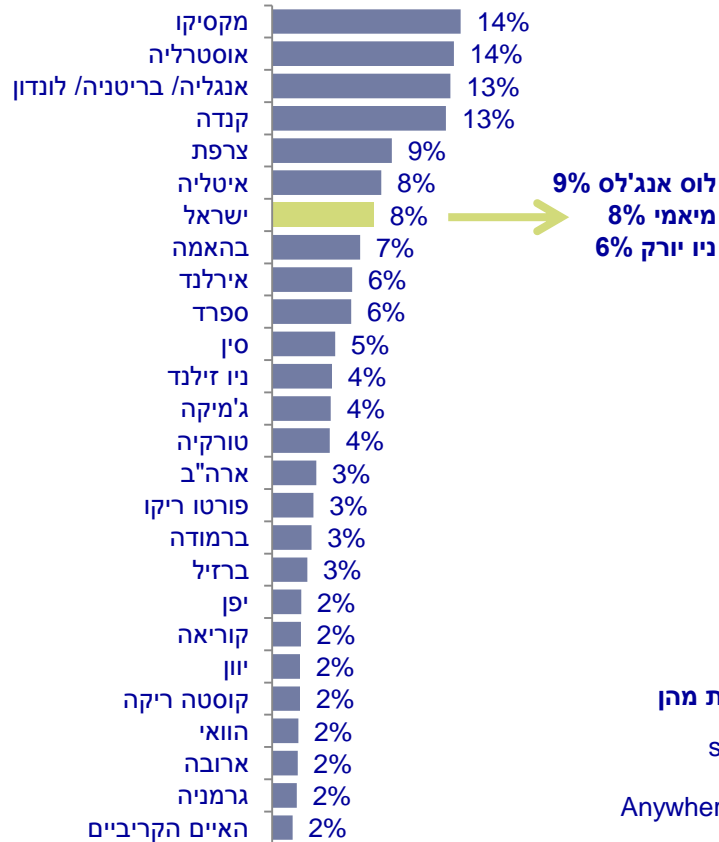
20. When you think about destinations you would like to visit, how interested would you be in going on vacation to Israel in the next 3 years?

22. Supposing you were to be offered a free trip to Israel, would you go?

מודעות בלתי נעזרת גבוהה יחסית, לקמפיין תיירות ישראל.

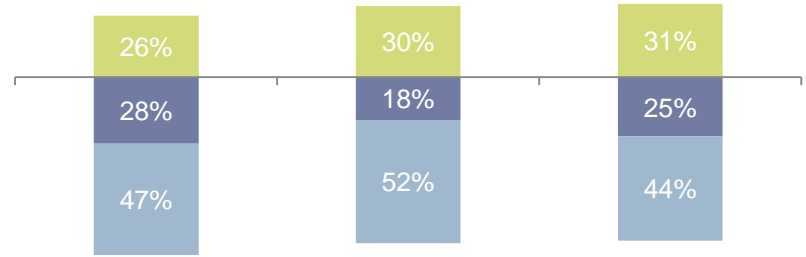
שליש מהמראיינים ראו קמפיין של ישראל וביחס לכל אחת משלושת הערים שנבדקו, המודעות לפרסום היא בינונית. הקמפיין הבולט ביותר הוא קמפיין השלום.

מודעות בלתי נעזרת לפרסום



לוס אנג'לס 9%
מיאמי 8%
ניו יורק 6%

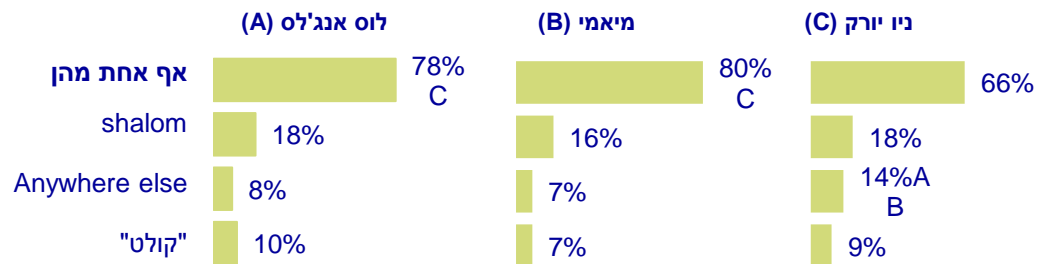
מודעות נעזרת חצי מלאה לפרסומת לישראל



(A) לוס אנג'לס (B) מיאמי (C) ניו יורק

■ לא, בוודאות לא ראיתי פרסומות לישראל בחודשים האחרונים
■ כן, ראיתי פרסומות של ישראל בחודשים האחרונים
■ אני לא בטוח האם ראיתי פרסום

מודעות נעזרת מלאה לפרסום לישראל



הערה: רק מדינות שצויינו ב-2% ומעלה מוצגות בטבלה

15. In the past few months, for which countries, if any, have you seen promotional tourism campaigns? Please list the countries for all the advertising campaigns that you remember seeing in the past few months. 25. You may or may not have mentioned this already, but have you seen any advertising campaigns for Israel in the past few months? 26. Which, if any of the following advertising campaigns for Israel, have you seen in the past few months?

מסקנות

▶ אנשי החוף המזרחי במצב תודעתי שפרסום מתאים

יהיה אפקטיבי

▶ לפיכך, אנו ממליצים לרכז את המאמצים בחוף

המזרחי ולזנוח בשלב זה את החוף המערבי



לוס אנג'לס ▶

▶ על מנת להפוך את ישראל ליעד אטרקטיבי יש
להשקיע משאבים עצומים: יצירת מודעות ועמדה
חיובית כלפי ישראל כיעד תיירותי המספק את
החוויות התרבותיות בהן מעוניינים התיירים
הפוטנציאליים



ניו יורק

רמת הסקרנות הבסיסית + מודעות
+ להיסטוריה העשירה שיש לישראל להציע
עמדות אהדות ומפרגנות לישראל



התעניינות מסוימת בביקור בישראל כיעד
לחופשה תרבותית



ניו יורק

הגדלת מספר התיירים לישראל, מחייב

הגברת המודעות לאטרקציות

התרבותיות ולחוויות האותנטיות והייחודיות

שלה, בקרב המבקרים הפוטנציאליים



**מינוף הקיים, באמצעות פרסום, להגברת
האטרקטיביות של ישראל כיעד תיירותי**



המשתתפים מניו יורק מתייחסים לישראל

בהערכה רבה.

יש מקום למהלך אשר יגרום להם להרגיש

יותר רצויים בישראל בעת ביקורם



ניו יורק

יש מקום להשתמש **באימג'ים** של אטרקציות

ישראליות קלאסיות, אולם **חובה שישדרו**

תחושת אותנטיות וייחוד (ולא תחושה

תיירותית). התחושה שהמקום מציע חוויה

אותנטית וייחוד , היא מלהיבה ומתמרצת



הקווים המנחים לפרסום:

אותנטיות

שיגרת חיים

נינוחות

הסברת פנים



קהלי יעד רלוונטיים - ניו יורק

פניה לקהל המבוגר יותר – +50 המשתייכים

למעמד סוציאקונומי גבוה: הכנסה + השכלה

קהל שנוהג לטייל בעולם, בעלי פתיחות ונכונות

לחוויות חדשות, תרבויות חדשות ובעלי עמדה

בסיסית חיובית לישראל



תודה רבה!

