

## **BİR ŞEHİRİ BİR MARKA OLARAK ELE ALMAK**

### ***Araştırmanın yöntemi: nicel ve nitel olanın bütünleştirilmesi***

Amaç, uluslararası gezginler arasında Cenevre'nin nasıl algılandığını anlamak ve kentin çekiciliğinin nasıl arttırılacağı konusunda öneriler sunmak. Araştırmaya, Cenevre'nin Avrupa'daki belli başlı turistik kentlere kıyasla güçlü ve zayıf yanlarının derinlemesine bir analizi için nitel bir adımla başlandı. Nitel sonuçları, dünya çapında daha fazla sayıda ülkeyi kapsayan daha geniş bir hedefte doğrulamak ve pazar büyüklüğü fırsatlarını değerlendirmek için nicel bir yaklaşım kullanıldı.

Millward Brown İsviçre, "Cenevre Turizm ve Kongre Bürosu" "Destination Genève" markası için yeni, ayırt edici ve güçlü bir kimlik yaratmak ve geliştirmek amacıyla bu araştırmayı gerçekleştirdi. Araştırma, uluslararası gezginlerin Cenevre'yi nasıl algıladığı sorusu ve Cenevre'yi diğer cazip kentlerden farklı kılacak öğeleri bulma, Cenevre'yi uluslararası gezginler için arzu edilir bir seyahat hedefi olarak pazarlayacak bir marka geliştirme ajansı ve kreatif ajans bulma üzerinde odaklandı.

Cenevre Turizm için bütün ülkelerde aynı şekilde iletilen bir küresel marka ve benzersiz görsel kimlik yaratma fırsatını belirlemek amacıyla, dünyanın çeşitli ülkelerinde iki hedefe (eğlence ve iş) yönelik olarak çalıştı.

### **Uyumlu hale getirilmiş sonuçlar:**

#### ***Eğlence amaçlı seyahat edenler***

Son 2 yıl içinde seyahat etmiş ve/veya gelecek 6 ay içinde seyahat etmeyi planlayan, 25 yaş üzeri uluslararası gezginler.

- *Nicel- 150 görüşme, Anket 15 dak., Yöntem: CAWI/F2F. Ülkeler: Fransa, İngiltere, Almanya, Rusya, İsviçre, İspanya, ABD, Çin, Suudi Arabistan ve Kuvayt.*
- *Nitel- Mini gruplar 4-5 kişi 1 saat 30 dak. Süre. Ülkeler: İsviçre, İngiltere*

#### ***İş amaçlı seyahat edenler***

Şirketler ya da uluslararası kuruluşlarda, uluslararası toplantıların (kongreler, seminerler, sergiler) yerine ilişkin karar verenler

- *Nicel- Müşteri daha önce 2005 yılında bir nicel araştırma yapmıştı ve o araştırmayı, bu hedefi analiz etmek için kullanacağız.*
- *Nitel- Bireysel görüşmeciler, 30 dak. Süre, Yöntem: CATI*

### ***Bütünleştirilmiş nicel ve nitel sonuçlar***

Nitel sonuçlar, eğlence ve iş amaçlı seyahat edenlerin derinlemesine yanıtları sayesinde, nitel sonuçlara daha derinlik sağlamamıza imkan verdi. Aynı zamanda, nitel alıntılar ve bulgular ile nicel bilgileri göstermemizi sağlamış ve sunuş akışına dinamizm kazandırmıştır.

1. 'Have monuments, architecture and / or natural sightseeing I would like to see'
2. 'Have an interesting history'
3. 'Have a good value for money'
4. 'Have beautiful sceneries'
5. 'Are more interesting cities'



"Cities have to offer lots of attractions"

"The budget is a very important point for families. Even if I would love visiting Venice, it's really to expensive"

"I only went to Bilbao to visit the 'Guggenheim Museum' "

Şu soruda nicel sonuçlar: "Son olarak, bütün bu ifadeler arasında, bir kenti ziyaret etmenizden önemli nedenler hangileridir?"

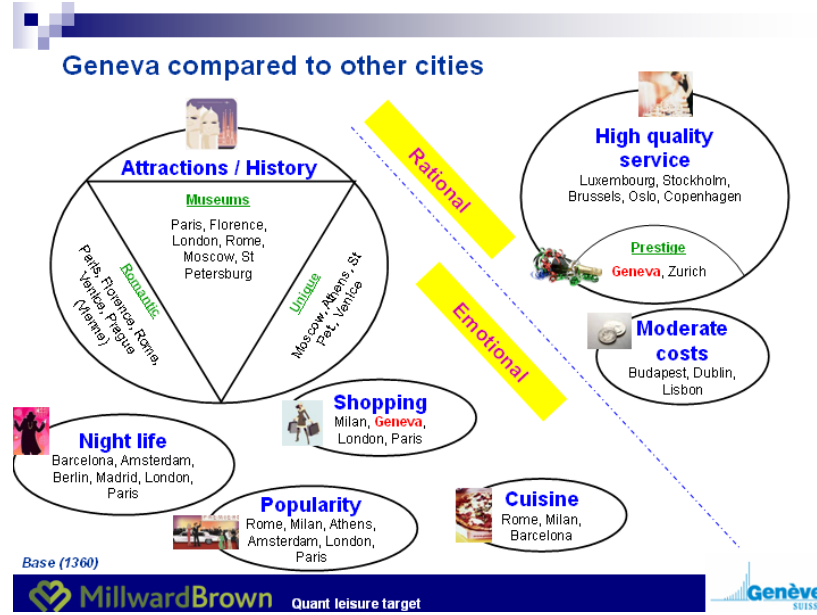
1. Görmek istediğim abideleri, mimarisi ve/ya da doğal güzellikleri var
2. İlginç bir tarihi var
3. Harcadığım paranın karşılığını alacağın bir yer
4. Çok güzel manzaraları var
5. Daha ilginç bir şehirdir

MillwardBrown

Genève  
SUISSE

Seyahat için dikkate alınan önemli şeyler hakkında nitel alıntılar

## Bütünleştirilmiş nicel ve nitel sonuçlara örnekler



## Nitel ve nicel yaklaşımların sonucu

- Genel olarak seyahat, Avrupa kentlerinin imajları ve özellikle Cenevre hakkında yaptığımız araştırma ve elde ettiğimiz bulgular markanın imajını, kente gidis motivasyonlarını ve engellerini ortaya çıkarmıştır.
- Bu sonuç net bir eylem planı ortaya koymuştur ve bunu da (aşağıda) 3 adımlı piramit ile özetledik.
- Yapılması gereken işin kilit öğelerini gösteren bir kreatif özetin tanımlanması için Y&R Business danışmanları ile işbirliği yaptık: kentin güçlü ve zayıf yanları temelinde, kentin iletişim stratejisi (medya, hedef ...) ve kentin çekiciliğini arttırmak için ne yapabileceği.

- Tüm tavsiyelerimiz Cenevre'nin kenti ve ziyaretçiler arasında, tek bir akılcı bağ ötesinde, bir duygusal bağ yaratmasını sağlayacaktır.