

جدول سطح بندی کشورهای بازار هدف ج.۱. ایران همراه با اقدامات متناظر در هر سطح

سطح	فهرست کشورهای	اولویت در سطح	اولویت در کل	ویژگی بارز بازار	اقدامات سالانه
بازار هدف اولویت اول	چین	۱	۱	<ul style="list-style-type: none"> • بازار غالب وضع موجود • اطمینان و احتمال بیش تر جذب • انطباق بازار با سه محصول اصلی • تفریحی، زیارتی و سلامت کشور • پوشش دهنده کشورهای اصلی گردشگری فرست همسایه 	۱. تمرکز بر تدوین دقیق تحقیقات بازار
	عراق	۲	۲		۲. تدوین برنامه اقدام یک ساله
	آذربایجان	۳	۳		۳. تهیه بسته‌های بازاریابی دیجیتال، تبلیغاتی و رویدادی خاص هر بازار
	ترکیه	۴	۴		۴. میزبانی و حضور فعال در نمایشگاه های گردشگری
	عمان	۵	۵		۵. تمرکز بر اجرای تور آشناسازی
					۶. برگزاری و حضور در رویدادهای گردشگری
					۷. برگزاری هفته های فرهنگی
					۸. تمرکز بر بازاریابی دیجیتال
					۹. ایجاد زبان مرتبط در سایت Visitiran
					۱۰. انتخاب به عنوان مهمان ویژه نمایشگاه گردشگری تهران
					۱۱. تدوین برنامه اجرایی و برگزاری مستمر کمیته های فنی مشترک
					۱۲. تمرکز بر لغو روادید(ترانزیت و گروهی)
					۱۳. تولید اقلام تبلیغاتی متناسب بازار هدف
					۱۴. تلاش برای برگزاری پروازهای مستقیم
					۱۵. آموزش راهنمایان

سطح	فهرست کشورها	اولویت در سطح	اولویت در کل	ویژگی بارز بازار	اقدامات سالانه
بازار هدف اولویت دوم	افغانستان	۱	۶	<ul style="list-style-type: none"> • انطباق بازار با محصولاتهای گردشگری تاریخی-فرهنگی، سلامت، VFR، زیارت • قرابت فرهنگی به دلیل حضور در جغرافیای ایران فرهنگی • جمعیت بالا و قابل توجه تقاضای بالقوه 	۱. تمرکز بر تدوین دقیق تحقیقات بازار
	هندوستان	۲	۷		۲. تدوین برنامه اقدام یک ساله
	پاکستان	۳	۸		۳. میزبانی و حضور فعال در نمایشگاه های گردشگری
	روسیه	۴	۹		۴. تمرکز بر اجرای تور آشناسازی
	ارمنستان	۵	۱۰		۵. برگزاری و حضور در رویدادهای گردشگری
					۶. برگزاری هفته های فرهنگی
بازار هدف اولویت سوم	آلمان	۱	۱۱	<ul style="list-style-type: none"> • بازارهای خاص (نیچ) قابلیت بالا • بازار با ثبات و درآمدزای اروپایی • قدرت و تجربه بخش خصوصی ایرانی در جذب بازار اروپایی 	۷. تمرکز بر بازاریابی دیجیتال
	ایتالیا	۲	۱۲		۸. ایجاد زبان مرتبط در سایت Visitiran
	فرانسه	۳	۱۳		۹. تدوین برنامه اجرایی و برگزاری مداوم کمیته های فنی
	قطر	۴	۱۴		۱۰. تمرکز بر لغو روادید(ترانزیت و گروهی)
	کویت	۵	۱۵		۱۱. تولید اقلام تبلیغاتی متناسب بازار هدف
	ژاپن	۶	۱۶		۱۲. تلاش برای برگزاری پروازهای مستقیم
	کره جنوبی	۷	۱۷		
	اسپانیا	۸	۱۸		
	قزاقستان	۹	۱۹		
	امارات	۱۰	۲۰		
				۱. اجرای گزیده تور آشناسازی	
				۲. برگزاری محدود رویدادهای گردشگری	
				۳. برگزاری محدود هفته های فرهنگی	
				۴. تمرکز بر بازاریابی دیجیتال	
				۵. ایجاد زبان مرتبط در سایت Visitiran	
				۶. تولید محدود اقلام تبلیغاتی متناسب بازار هدف	
				۷. حمایت از بخش خصوصی برای حضور در نمایشگاه	
				۸. تسهیل روادید	

سطح	فهرست کشورها	اولویت در سطح	اولویت در کل	ویژگی بارز بازار	اقدامات سالانه
بازار هدف اولویت چهارم	انگلستان	۱	۲۱	<ul style="list-style-type: none"> • بازارهای خاص (نیچ) • بازار با ثبات و درآمدزای اروپایی 	۱. حمایت از اجرای گزیده تور آشناسازی ۲. حمایت از برگزاری محدود رویدادهای گردشگری ۳. حمایت از برگزاری محدود هفته های فرهنگی ۴. حمایت از تولید اقلام تبلیغاتی متناسب بازار هدف ۵. حمایت از بخش خصوصی برای حضور در نمایشگاه ۶. ایجاد زبان مرتبط در سایت Visitiran ۷. تسهیل روادید
	سوئیس	۲	۲۲		
	سوئد	۳	۲۳		
	اتریش	۴	۲۴		
	مالزی	۵	۲۵		
	هلند	۶	۲۶		
	گرجستان	۷	۲۷		
	بلژیک	۸	۲۸		
	دانمارک	۹	۲۹		
	لبنان	۱۰	۳۰		