

Лас Вегас расширяет туристические границы



Те кто управляют **игорной индустрии**, собираются запустить новую **маркетинговую кампанию**, направленная на привлечение **посетителей** и поднятие популярности **игорного туризма**.

Во времена кризиса, люди тратят минимум средств на роскошные вещи, без которых они могут обойтись, отдавая предпочтение тому, в чем действительно нуждаются. **Азартные игры**, конечно же, попадают под это описание. Все меньше туристов посещают **Лас Вегас** в последние годы.

Однако, полоса неудач этого города скоро закончится и **туристы** вернуться в таких количествах, в каких они приезжали сюда раньше. Третья четверть 2011 года показала, что уже 19 месяцев подряд популярность азартных игр понемногу возрастает и эта тенденция должна сохраниться.

Уровень заполняемости **отелей** Лас Вегаса повысился до 85.2 %, а эти значения более чем на 20 пунктов выше среднего национального показателя. Новая **маркетинговая кампания** нацелена главным образом на иностранных посетителей. Они в настоящее время составляют 18 % от общего числа посетителей, цель состоит в том, чтобы повысить этот процент до 30 % за следующее десятилетие.

Причина очевидна: иностранные туристы склонны тратить больше и всегда должны где-нибудь остановиться на ночлег. Именно поэтому, в этом году из-за границы в Лас Вегас прибыло более 39 миллионов туристов.

Новая **маркетинговая кампания** под культовым слоганом "Все, что случается в Вегасе, остается в Вегасе»" продлится в течение 3 лет. Резкий рост туристов ожидается в 2012. Лозунг был выбран таковым, чтобы подчеркнуть исключительную природу города и подтолкнуть людей к тому, чтобы они вернулись сюда еще разок, другой...

Date: 2011-12-12

Article link:

<http://www.tourism-review.ru/las-vegas-promotion-campaign-focused-on-international-tourists-news3045>