

## IIMA PRESS RELEASE 2013-14



### **IIMA to study Gujarat Tourism's Branding Campaign**

IIMA, January 30, 2014: Gujarat Tourism has been running the campaign “Khushboo Gujarat Ki” campaign with Amitabh Bachchan as the brand ambassador for the past three years.

Professors Abraham Koshy and Arvind Sahay of the Indian Institute of Management, Ahmedabad have been commissioned to write a case on the branding campaign that is being carried out by Gujarat Tourism and its impact on tourist arrivals in Gujarat. The purpose is to look at the broader phenomenon of celebrity endorsements as a marketing tool and their effectiveness – where does it work and where does it not?

Clearly, domestic tourist arrivals in Gujarat have ramped up considerably, with an almost 33 % rise in the numbers from within the state, a 50% rise from other parts of India and from NRIs, and an almost 100% increase from foreign tourists as can be seen from the figures below.

Origin	2009-10		2010-11		2011-12		2012-13	
	No	%	No	%	No	%	No	%
Within Gujarat	130.77	77	150.62	76	171.76	77	195.36	77
Other Indian States	36.24	21	43.55	22	47.28	21	53.56	21
NRI	2.03	1	2.57	1	2.85	1	3.16	1
Foreigner	1.07	1	1.39	1	1.75	1	2.01	1
<b>Total</b>	<b>170.11</b>	<b>100</b>	<b>198.12</b>	<b>100</b>	<b>223.64</b>	<b>100</b>	<b>254.09</b>	<b>100</b>

Number of Tourists (No. in Lacs.) (Source: GITCO Annual Report 2012-13)

As a part of the case writing project, IIMA has organized a panel discussion on the topic of “A Destination Branding Strategy Using Celebrity Endorsement” with the brand Ambassador, Mr. Amitabh Bachchan, the creative designer of the campaign, Mr. Piyush Pandey and the Principal Secretary, Gujarat Tourism, Mr. Vipul Mittra to share with the IIMA community and other guests from Ahmedabad, some highlights of the campaign and the thinking behind the campaign. The panel discussion looked at issues relating to the genesis of the idea, the reasons for using a celebrity for the first time in a campaign like this, the creative approach behind the campaign and its implementation.

## आईआईएमए प्रेस विज्ञप्ति 2013-14

### आईआईएमए गुजरात पर्यटन के ब्रांड अभियान का अध्ययन करेगा

आईआईएमए, 30 जनवरी, 2014 : गुजरात पर्यटन विभाग पिछले तीन वर्षों से ब्रांड प्रतिनिधि के रूप में अमिताभ बच्चन के साथ "खुशबू गुजरात की" अभियान चला रहा है।

भारतीय प्रबंध संस्थान-अहमदाबाद के प्रोफेसर अब्राहम कोशी एवं अरविंद सहाय को गुजरात पर्यटन द्वारा अंजाम दिये जा रहे ब्रांडिंग अभियान और गुजरात में पर्यटकों के आगमन पर उसका प्रभाव के बारे में केस लिखने का कार्य सौंपा गया है। इसका उद्देश्य प्रसिद्ध हस्ती के विज्ञापन की व्यापक असाधारण घटना द्वारा विपणन के साधन तथा उसकी प्रभावशीलता के रूप में देखना है कि – इससे कहाँ काम बन जाता है और कहाँ नहीं?

जाहिर है, गुजरात में घरेलू पर्यटकों के आगमन में राज्य से ही आने वाले पर्यटकों में लगभग 33 प्रतिशत वृद्धि हुई है और अन्य राज्यों से आने वाले पर्यटकों और अनिवासी भारतीयों में 50 प्रतिशत की वृद्धि हुई है और विदेशी पर्यटकों में लगभग 100 प्रतिशत हुई है, जो यहाँ प्रस्तुत आँकड़ों से स्पष्ट होता है।

सूत्र	2009-10		2010-11		2011-12		2012-13	
	संख्या	%	संख्या	%	संख्या	%	संख्या	%
गुजरात के भीतर	130.77	77	150.62	76	171.76	77	195.36	77
अन्य भारतीय राज्य	36.24	21	43.55	22	47.28	21	53.56	21
अनिवासी भारतीय	2.03	1	2.57	1	2.85	1	3.16	1
विदेशी पर्यटक	1.07	1	1.39	1	1.75	1	2.01	1
<b>कुल</b>	<b>170.11</b>	<b>100</b>	<b>198.12</b>	<b>100</b>	<b>223.64</b>	<b>100</b>	<b>254.09</b>	<b>100</b>

पर्यटकों की संख्या (संख्या लाखों में) (स्रोत : जिटको - गुजरात औद्योगिक एवं तकनीकी परामर्श संगठन लिमिटेड - वार्षिक प्रतिवेदन 2012-13)

केस लेखन परियोजना के एक भाग के रूप में, आईआईएमए ने "प्रसिद्ध हस्ती के विज्ञापन का उपयोग करते हुए गंतव्य ब्रांडिंग रणनीति" विषय पर ब्रांड प्रतिनिधि श्री अमिताभ बच्चन, इस अभियान के सृजनात्मक डिज़ाइनर श्री पीयूष पांडे एवं गुजरात पर्यटन विभाग के मुख्य सचिव श्री विपुल मित्रा, के साथ पैनल चर्चा का आयोजन किया, जिससे आईआईएमए समुदाय एवं अहमदाबाद के अन्य अतिथियों ने अभियान की कुछ विशेषताओं तथा अभियान के पीछे की सोच पर प्रकाश डाला। इस पैनल चर्चा में विचार की उत्पत्ति से संबंधित मुद्दों, ऐसे अभियान में प्रथम बार किसी प्रसिद्ध हस्ती का उपयोग करने पीछे रहे कारणों, इस अभियान के पीछे के रचनात्मक दृष्टिकोण एवं इसके कार्यान्वयन पर प्रकाश डाला गया।