Τι είναι το τουριστικό marketing

Τουριστικό marketing είναι μια στρατηγική marketing, η οποία χρησιμοποιεί ένα συγκεκριμένο διαφημιστικό πλάνο και διαφημιστικές πρακτικές προκειμένου να προωθήσει τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες τουρισμού.

Σε αυτό το άρθρο, παρουσιάζουμε τα χαρακτηριστικά του τουριστικού marketing, τι περιλαμβάνει, καθώς και ποιά είναι τα κυριότερα κανάλια προώθησης και εργαλεία που αξιοποιεί.

Ποιά είναι τα χαρακτηριστικά του τουριστικού marketing

Το τουριστικό marketing διαφέρει από άλλα είδη marketing, διότι το κάθε ταξίδι διαρκεί ένα ορισμένο χρονικό διάστημα. Αυτό σημαίνει ότι οι ταξιδιώτες έχουν την ευκαιρία να βιώσουν την ταξιδιωτική εμπειρία και το τουριστικό προϊόν που προσφέρει ένας τόπος για σχετικά μικρές χρονικές περιόδους.

Παρόλα αυτά, η επιθυμία όλων των ταξιδιωτών είναι να περάσουν καλά και να αποκτήσουν εμπειρίες στον τόπο που επισκέπτονται. Επομένως, οι ειδικοί τουριστικού marketing θα πρέπει να δημιουργούν προωθητικά πλάνα και ενέργειες, οι οποίες να στοχεύουν στο συναίσθημα του ταξιδιώτη.

Τέλος, πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους την αλληλεξάρτηση μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων άλλων κλάδων, όπως αυτοί της εστίασης και της ψυχαγωγίας. Άρα, τα πλάνα marketing που δημιουργούν θα πρέπει να είναι σχεδιασμένα με βάση αυτή τη σχέση αλληλεξάρτησης και αλληλεπίδρασης.

Τι περιλαμβάνει το τουριστικού marketing

Το τουριστικό marketing περιλαμβάνει στρατηγικές και προωθητικές ενέργειες, οι οποίες επικεντρώνονται σε κάθε στάδιο της αγοραστικής διαδρομής του ταξιδιώτη: πριν, κατά τη διάρκεια και μετά το ταξίδι. Πιο συγκεκριμένα:

➢    Πριν το ταξίδι

Στη σημερινή εποχή, η πλειοψηφία των ταξιδιωτών κλείνει ταξίδια και διακοπές διαδικτυακά. Εκτός αυτού όμως, μέσω του internet γίνεται και όλη η έρευνα σχετικά με τον προορισμό τον οποίο επιθυμεί να επισκεφθεί ο ταξιδιώτης, τις δραστηριότητες που θα κάνει, τα μέρη στα οποία θα πάει κτλ. Τα blog posts και τα posts στα Social Media είναι ιδανικές πηγές πληροφοριών για τους ταξιδιώτες που βρίσκονται σε αυτό το στάδιο.

➢    Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού

Στις περισσότερες περιοχές του κόσμου υπάρχει σύνδεση στο internet, οπότε ο ταξιδιώτης μπορεί να δημιουργεί και να καταναλώνει περιεχόμενο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του, σχεδόν όπου κι αν βρίσκεται.

Πιο συγκεκριμένα, κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, ο ταξιδιώτης αναζητά πληροφορίες και καταναλώνει περιεχόμενο σχετικό με την τοποθεσία στην οποία βρίσκεται. Για παράδειγμα, μπορεί να αναζητά τα ωράρια των καταστημάτων ή των μουσείων, εστιατόρια, τρόπους μεταφοράς, και άλλα. Παράλληλα, όσο βρίσκεται στην τοποθεσία των διακοπών του, ο ταξιδιώτης παράγει περιεχόμενο. Το περιεχόμενο αυτό μπορεί να είναι φωτογραφίες και βίντεο, μέσω των οποίων μοιράζεται την εμπειρία του.

➢    Μετά το ταξίδι

Αφού το ταξίδι τελειώσει και ο ταξιδιώτης επιστρέψει σπίτι του, θα μοιραστεί την εμπειρία του, τόσο δια ζώσης, όσο και σε διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες. Είναι επίσης πιθανό να κάνει κριτικές υπηρεσιών, όπως το ξενοδοχείο, τα εστιατόρια, και τα μαγαζιά που επισκέφθηκε. Έτσι, ο ταξιδιώτης έχει τη δύναμη να προωθήσει θετικά ή αρνητικά τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που κατανάλωσε.

Ένας ειδικός τουριστικού marketing, αξιοποιεί τα παραπάνω στάδια, ώστε να δημιουργήσει ένα αποτελεσματικό προωθητικό πλάνο. Για να το καταφέρει αυτό, χρησιμοποιεί διάφορα εργαλεία marketing, τα οποία είναι κυρίως digital.

Εργαλεία και κανάλια προώθησης του τουριστικού marketing

Μερικά από τα πιο δημοφιλή εργαλεία marketing που χρησιμοποιούνται σήμερα στον τουριστικό τομέα είναι τα εξής:

➢    Social Media

Τα Social Media είναι ένα μέσο που σχεδόν όλοι οι ταξιδιώτες χρησιμοποιούν για να αντλήσουν έμπνευση για τα το ταξίδι τους, αλλά και για να διαβάσουν κριτικές για τα μέρη τα οποία σκοπεύουν να επισκεφτούν. Μια προσεκτικά μελετημένη στρατηγική Social Media είναι σημαντική για κάθε επιχείρηση και brand στο χώρο του τουρισμού. Όσο πιο πολύ και πιο ποιοτικό περιεχόμενο έχει μια επιχείρηση στα Social Media, τόσο το καλύτερο, καθώς τη βοηθά να ξεχωρίσει από τους ανταγωνιστές και να τραβήξει την προσοχή των χρηστών.

➢   CRM (Customer Relationship Management)

Το CRM, δηλαδή η διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες, είναι ένας πολύ βασικός παράγοντας στο τουριστικό marketing. Οι ειδικοί τουριστικού marketing χρησιμοποιούν διάφορα εργαλεία CRM, όχι μόνο για να διατηρούν αρχείο των πελατών, αλλά και για να δημιουργούν καμπάνιες marketing με βάση αυτό. Πιο συγκεκριμένα, με βάση τις προτιμήσεις, τα ενδιαφέροντα, την τοποθεσία, την οικογενειακή τους κατάσταση, και άλλους παράγοντες, μπορούν να δημιουργήσουν στοχευμένες και αποτελεσματικές προωθητικές καμπάνιες.

➢    Email marketing

Το email marketing είναι ένα ακόμα εργαλείο το οποίο χρησιμοποιείται ευρέως στον τομέα του τουριστικού marketing. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί με ποικίλους τρόπους και για πολλούς σκοπούς, όπως η προώθηση υπηρεσιών, η ενημέρωση των παραληπτών για προσφορές, και η δημιουργία σχέσεων μεταξύ επιχείρησης και πελατών.

Η [Σχολή Τουρισμού και Φιλοξενίας](https://www.medcollege.edu.gr/schools/%CF%83%CF%87%CE%BF%CE%BB%CE%AE-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%86%CE%B9%CE%BB%CE%BF%CE%BE%CE%B5%CE%BD%CE%AF%CE%B1%CF%82/) του Mediterranean College προσφέρει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα προπτυχιακών και μεταπτυχιακών σπουδών, όπως το [BA (Hons) International Hospitality Management](https://www.medcollege.edu.gr/courses/ba-hons-hospitality-management/) το [MBA Global Hospitality Management](https://www.medcollege.edu.gr/courses/mba-global-hospitality-management/), καθώς και προγράμματα επαγγελματικής εξειδίκευσης, όπως το [Executive Diploma Hotel & Tourism Management](https://www.medcollege.edu.gr/mps/executive-education/hotel-and-tourism-management/). Τα προγράμματα σπουδών αυτά δίνουν όλα τα απαραίτητα εφόδια στους φοιτητές, ώστε να μπορέσουν να έχουν μια επιτυχημένη επαγγελματική σταδιοδρομία στον τουριστικό κλάδο.