بازاریابی گردشگری و هتلداری

مدرس: اشکان بروج

دوره آموزش فعالان گردشگری قشم
مرداد ۹۵

مدیریت
بازاریابی گردشگری

رفتار گردشگران

❑ بازاریابی مستقیم

❑ هسته مرکزی آن استفاده از **بانک اطلاعاتی**:

نشانی‌ها- ویژگی‌های مشتری- نوع و تعداد خرید

جزئیات بیشتر = هدف گیری موثر

✓ بازاریابی یکپارچه با محور **بانک اطلاعاتی**=

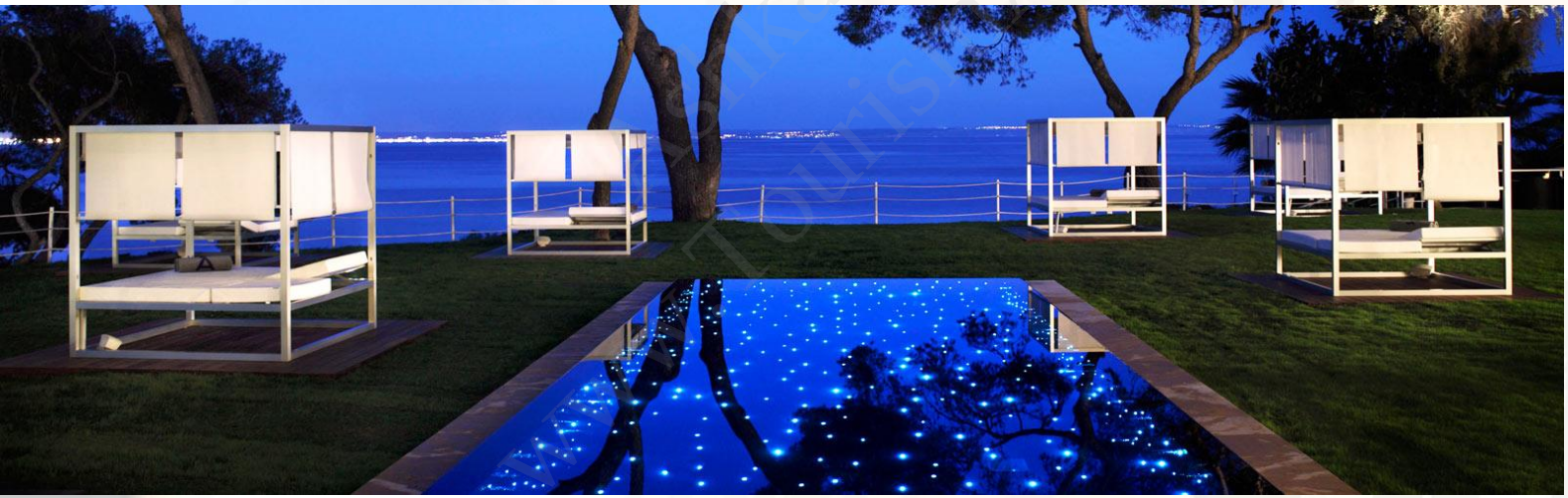
افزایش داده‌ها + کاهش هزینه‌های مشتری

✓ **تبلیغات مستقیم**

T&H MarketinG- Borouj

Experience Manager

MELIÃ
HOTELS
INTERNATIONAL



www.Tourism-Adviser.com

۷ مؤلفه نظام جامع بازاریابی گردشگری
آمیزه بازاریابی

4P

۴ مؤلفه یا آمیزه اصلی بازاریابی

محصول – قیمت

ترویج – توزیع

7P

۳ مؤلفه مهم مکمل برای

بازاریابی گردشگری(خدمات)

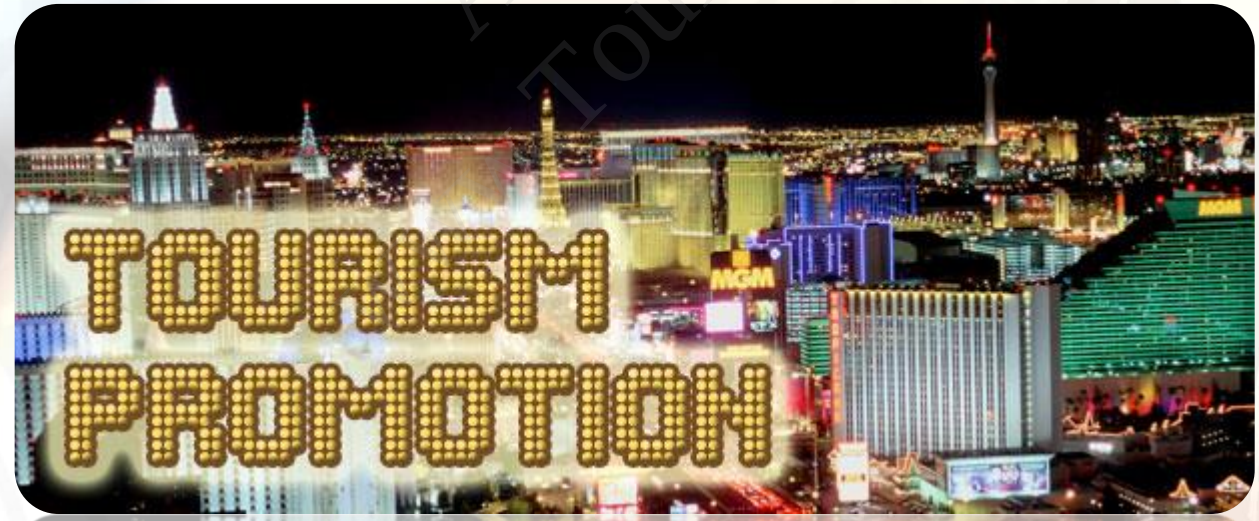
اشخاص

فرآیندهای خدماتی

شواهد ظاهری(احساس مکانی)

روش های ترویج در فروش گردشگری

- عرضه کالای آزمایشی با استفاده از کوپن
- عرضه کالا بدون پرداخت مستقیم
- الگوهای ایجاد پایبندی و وفاداری
- ایجاد نمایشگاه ها
- نمونه گیری
- گسترش فروش (هدایا و FAM Trip)
- ....



نسل های گردشگری

- نسل اول

گردشگری تفریحی (Leisure)

- نسل دوم

گردشگری فرهنگی (Culture)

- نسل سوم

گردشگری خلاق (Creative)

Tashkan Borouj
www.TourismAdvise.com

ارکان بازاریابی

- بازاریابی از ۳ رکن تشکیل شده که شامل:

✓ بازارشناسی:

معنای اصلی آن شناخت نظام بازار و استفاده از تمامی ابزارها، تکنیک ها و روش ها برای شناخت واقعیت های بازار است.

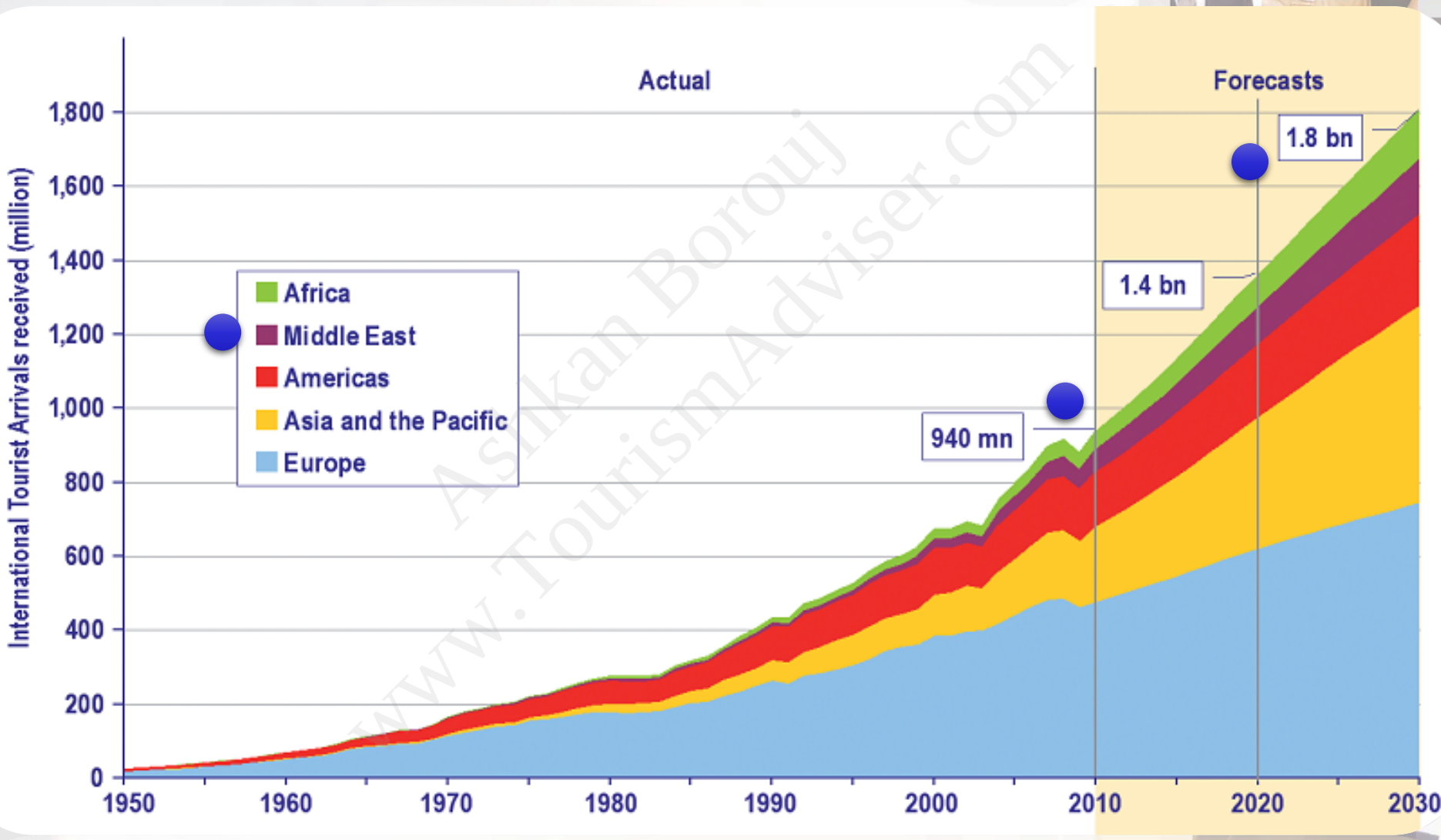
✓ بازارسازی

استفاده از تکنیک ها برای خلق مشتری، به وجود آوردن بازار و بالا بردن سهم بازار تعریف می شود

✓ بازارداری

معنای اصلی آن استفاده از همه تکنیک ها برای حفظ مشتری، حفظ ارتباط دائم با مشتری، حضور در بازار، دادن خدمات ویژه به مشتریان کلیدی و نوآوری ایده های جدید است.

جایگاه گردشگری ایران در جهان



Ashkan Borouj
www.TourismAdviser.com
Thank you!
Call Me
09127380368
@TourismAcademy
آکادمی گردشگری
ashkanborouj@gmail.com