

微博 广场 微群 应用 游戏 手机 找人

工具 私信 通知 帐号设置 | 退出

我的首页 | 我的微博 | 好友 | 模板

搜索微博、找人

搜索

会奖旅游

北京

博客: <http://huijianglvyou>

+ 加关注

发私信 | 推荐给朋友 | 引荐朋友给他

旅游微博带火商务旅行市场

■ 本报记者 袁 远

随着微博走入主流人群的视野,在中国的商务旅游市场里,也随处可以见到微博的身影。各大旅行社、驻地旅游局和酒店、旅游景点,都纷纷开通微博,展开了网络营销旅游的争夺。微博能否成功促销旅游?商务旅行者选择旅行目的地多大程度受微博影响?微博在旅游信息服务和旅游体验分享上,是否有传统模式不可取代的优越性? 时值各旅游企业微博竞赛正酣之际,记者采访了众多相关的业内人士。

旅行社、酒店的微博营销

北京首都经贸大学工商管理学院旅游管理系副主任李云鹏认为,微博作为多元化的网络工具,其中蕴含的营销商机,远远大于传统媒体。用户对微博上的商业信息和活动有较高信任度,微博具有较大的潜在营销价值。在旅游行业中,微博通过网络展现出新的营销价值是一种“泛在性”。也就是随时随地的旅游信息服务和旅游体验分享,大大增强了互动性,增强了旅游者(包括陌生旅游者)之间的交往和交流,增加了“用户的黏性”。旅游者的移动性使微博营销在旅游业中蕴涵巨大的商机。

据记者观察,许多旅行社在微博中的内容更新几乎都是当月行程的最新报价。

极富煽动性的话语,每月不定期推出的优惠活动,让足不出户的网友快速知道旅游资讯,节省了大笔的平面媒体宣传费用。澳大利亚雅阁酒店管理集团大中华区品牌总监罗煜表示,随着SNS营销的日渐盛行,越来越多的酒店入驻Facebook、开心网等社区,雅阁集团也在开始积极关注微博。与酒店官网的严肃面孔相比,微博中的企业形象更活泼、更亲切,而微博短讯的特点非常对他们的胃口。对雅阁而言,微博的功能是宣传大过营销,在酒店微博的关注人群中,有一半是业内人士,另一半来自社会大众,雅阁希望能够通过微博定期发布活动,扩大其业内知名度。

国外旅游局的宣传好帮手

目前,各国旅游局都很重视用微博宣传自己的国家。洛杉矶旅游局驻华办事处专员苏洁专门负责每天更新他们的官方微博,也因此对微博的“小身材、大身手”感受良多。“微博现在成了我们最好的新闻发布平台。虽然以前我们也有官方博客,但博客里要求的长文章常常令我们难以驾驭。微博短小精悍,时效性也很强,比联系传统媒体发新闻要快得多。而且内容一发出,就能马上收到粉丝们的反馈,一来二去,就能在微薄上和粉丝变成好友,也能及时听到他们对我们举办活动的反馈。和粉丝们的互动明显增强了。”作为洛杉矶官方旅游

局微博“博主”,苏洁每天忙得不亦乐乎,又要发官方文稿、安排计划,又要给粉丝们推荐洛杉矶好吃、好玩的新去处,常常还需要像个“知心姐姐”一样,解答粉丝们关于洛杉矶旅行的各种问题……即便如此,她反倒觉得这份“新工作”给自己带来了许多成就感:推荐一个好去处,很快就能收到粉丝前往那里拍回的照片;挂上一条航空打折信息,马上就有粉丝询问、预订。今年7月下旬,她在洛杉矶组织了一场“中国首届青年文化交流会”,邀请中国三个中小学管弦乐团去迪斯尼音乐厅演奏,一些身在洛杉矶的中国粉丝闻讯后马上去现场参观,竟然在舞台上发现了自己曾经的校友,激动极了,立刻发微博给苏洁,言语间是对老友止不住的挂念,和见面时的兴奋。这让苏洁亦感动不已,“这种成就感是对自己最好的奖励。”苏洁说。

谈及微博之于博客、官方网站的优势,苏洁认为,微博是覆盖面最广的网上交流平台,能把海内外关注洛杉矶旅游的朋友都网罗进来。而过去,他们的新浪官方微博客只有国内的人偶尔关注。“它就像一种世界性语言,全世界的朋友都可以在此交流。”苏洁肯定地说。

地方旅游局发微博赚人气

与此同时,作为中国各地旅游主管部门的地方旅游局也不甘落后。截至目前,

包括山东、河北、江苏、安徽、湖北、广西、海南、四川、云南、青海、西藏等省(区、市)的省级旅游局,以及更多地方旅游部门都已开通官方微博。这些官方微博刚一开通就吸引众多旅游爱好者。记者在腾讯微博看到,山东省旅游局、江西省旅游局、四川省旅游局的官方微博关注者都在30万以上,而且增长迅速。江西省旅游局官方微博叫“江西风景独好”,点击其微博,网友不仅可领略庐山的雄奇与秀美、欣赏婺源油菜花的玩景德镇瓷器,也能“品尝”到“十大人气赣菜”;山东省旅游局的官方微博“好客山东”经常发美食图片,把山东人的好客发挥得淋漓尽致;四川旅游局搭上“第十七届世界旅游小姐选拔大赛”的东风,发养眼美女图片赚人气。

介绍旅游线路、提供出行攻略、推介地方美食、分享旅游心情……以前这些在论坛上经常讨论的话题,如今在微博上被议得热火朝天。李云鹏认为,以前的旅游网络营销主要是依托旅游局的官方网站,以发布旅游业内政策和资讯为主。现在利用微博开展网络营销互动性明显增强,语言活泼亲切,更加方便交流和互动,效果自然更好。

13%的旅行者通过微博选择目的地

随着微博、Facebook和其他社交媒体的影响日渐扩大,它们也在很大程度上影响了消费者对旅游地的选择。英国的一

项调查表明,13%的旅行者是在看过他们的Facebook“好友”发布的目的地照片后,进行了旅游产品预订。旅行者显然逃脱不了微博的诱惑,50%的受访者表示他们会在微博个人资料中上传旅行照片,1/4的受访者表示会经常更新他们的状态,并分享旅途的点点滴滴。

“社交网站让旅行者随时随地分享去过的以及将要去的地方。”“越来越多的旅行者更新他们的旅行状态,有的发布享受日光浴的照片,有的上传他们在机场、海滨以及在世界著名地标附近拍摄的照片,所以看过这些照片的消费者也想亲身体验一番并不奇怪。”一些旅游微博上的“活跃分子”对记者说。

除了这些旅游“散户”,越来越多企业奖励旅游、商务旅游的组织者,也开始对商务旅游目的地的微博“加关注”了。“过去,那些不想通过旅行社打听旅行信息的企业人士,只是发邮件或是电话询问我们相关事宜,互动性和交谈深度都不够。现在,我们时不时在微博上发一些会议场馆的照片,机票优惠的信息,他们看到之后马上就回复、询问,我们做MICE推广更直接、更方便了。”新西兰旅游局工作人员介绍说。

业内关注

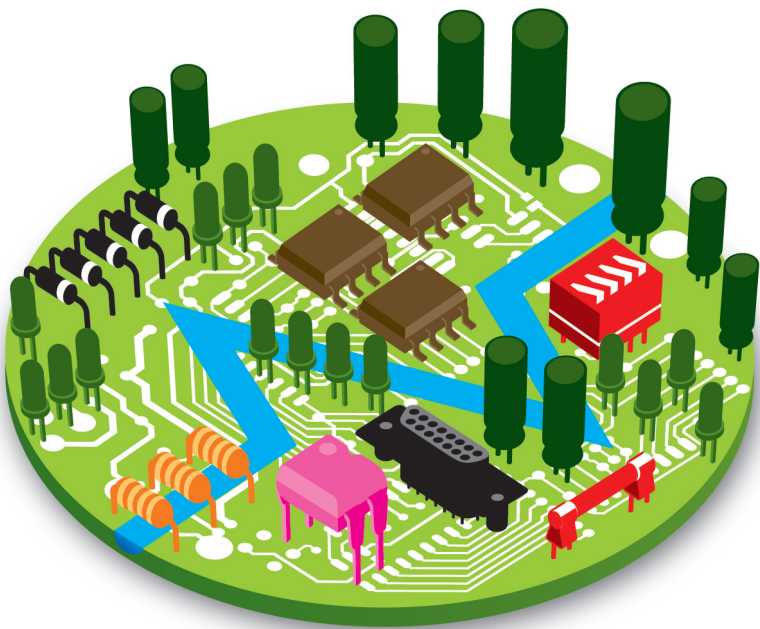
TAITRONICS

第37届台北国际电子产业科技展

同期展出

台湾国际宽频通讯展

加入粉丝团



电子元器件 · LED
仪器仪表 · 产业制程设备 · RFID

OCT. 10-13
2011
台北世界贸易中心南展展览馆

欢迎网上登记, 免费参观:

www.TAITRONICS.org



主办单位:



TAITRA



TEEMA

第七届中国(南京) 国际软件产品和服务博览会

The 7th China (Nanjing) International Software Product & Information Service Expo

南京国际博览中心
Nanjing International Expo Center
2011年9月5日至8日
5-8 September 2011

南京软件 世界共享
NANJING SOFTWARE CONNECTS THE WORLD

主办单位
中华人民共和国工业和信息化部
中华人民共和国科学技术部
中华人民共和国新闻出版总署(版权局)
中国国际贸易促进委员会
江苏省人民政府

承办单位
南京市人民政府
江苏省经济和信息化委员会
江苏省科学技术厅
江苏省版权局
中国国际贸易促进委员会江苏省分会

Sponsored by
The Ministry of Industry and Information Technology of the People's Republic of China
The Ministry of Science and Technology of the People's Republic of China
The General Administration of Press and Publication of the People's Republic of China(National Copyright Administration)
China Council for the Promotion of International Trade
Jiangsu Provincial People's Government

Organized by
Nanjing Municipal People's Government
Jiangsu Economy and Information Technology Commission
Jiangsu Science & Technology Department
Jiangsu Copyright Administration
CCPIT, Jiangsu Sub-Council



Tel : 025-52856791/52856755/52856782/52856783
Fax : 025-52856786/E-mail: cis@jsccpit.gov.cn
Web: www.cis-expo.com