

乡村旅游营销策划

篇一：乡村旅游市场营销

乡村旅游市场营销

第一节 什么是乡村旅游市场营销

一、如何认识旅游市场营销

1、为什么要做市场营销活动

乡村旅游营销的主要目的就是激发旅游欲望，每一次促销活动就是一次市场曝光，唯有把握每一个曝光机会，让更多人知道，进而愿意来旅游，才可能拓宽客源，增加收入。

2、如何认识市场营销活动

观念误区：“促销无用、自然增长”，“过于自信、等客上门”，“期望过高、立竿见影”，“四面开花、缺乏计划”。

现实中还有两种倾向：一是过于轻视，二是过于畏难。

二、谁来开展乡村旅游市场营销

1、乡村旅游营销主体

包括：政府、协会和企业（经营户）

2、国外成功经验

在形象整合和市场一体化的基础上进行整体化营销。

3、各方协作开展乡村旅游营销

策略：政府引导、舆论造势、企业实施、农户合作

三、乡村旅游营销的几个关键

1、关于乡村旅游营销计划

完整的中长期营销计划一般包括以下几方面：

现状分析，如环境、区位、主要竞争者、市场潜力、产品服务、优劣势、机遇和限制因素等；

营销战略，如市场细分和目标市场、营销定位、营销目标、营销组合选择等；

行动实施计划，针对各个目标市场制定不同行动方案，包括主要活动、职责分工、计划日程、营销预算、预期效果；计划检测评估。

短期和专项活动营销一班包括促销目标、促销策略、实施细部计划等三部分。具体到米一次促销活动方案，则包括促销目的、促销对象、时间、地点、合作对象和方式、活动内容和程序、广告配合计划、工作安排和分工、费用预算和、效果预估。

2、关于乡村旅游形象

旅游形象就是游客对旅游目的地的综合感知和印象，就像一张“乡村旅游名片”。

A、什么是旅游形象策划

形象策划又叫 CI 设计，具体包括三个部分：理念识别形象、行为识别形象、视觉识别形象

B、注重形象的文化包装

浓郁的民俗风情和文化内涵是核心竞争力，具有乡土气息的农事活动是乡村旅游很好的卖点。

C、乡村旅游形象设计案例

不同类型的乡村旅游地在形象定位时要考虑到综合性、稳定性和可塑性。

3、关于乡村旅游口号

设计口号的基本原则是：“精炼、特色、幽默、传递主题”。

4、关于乡村旅游品牌

A、乡村旅游品牌的作用

旅游企业效益=品牌+制度+理财

B、如何推广和传播旅游品牌？

旅游品牌包括品牌名称、术语、标记、符号、图案或是这些要素的有机组合。

C、乡村旅游品牌经营策略

一是品牌保护，二是品牌延伸，三是品牌扩张

第二节 如何找到我们的顾客

一、重视市场调研

1、乡村旅游市场调研作用

2、圈定潜在客户的方法

3、收集乡村旅游市场信息的渠道

二、熟悉三个概念

1、目标市场

目标市场指在整体乡村旅游市场上选定作为营销对象的某些细分市场。

二、熟悉三个概念

2、市场细分

选择目标市场的手段就是市场细分。

3、市场定位

市场定位指根据竞争者在市场上所处的位置，针对旅游者的偏好，塑造出与众不同的、印象鲜明的形象，从而在市场上确定适当的位置。

三、谁是我们的消费顾客

乡村旅游产品的消费者主要有以下几类：

1、反城市价值者 2、崇尚自然生态者

3、乡俗好奇者 4、怀旧复古者

一、常用的宣传促销方法

从促销策略讲：广告、营业推广、公共关系与宣传、人员推销；

从促销技术方法讲：直接营销、口碑传播营销、社区营销、合作营销、网络营销、体验营销、整合营销、公益营销、内部营销。

二、两大高照——“精确制导、以小博大”

1、“精确制导”：是让广告宣传以最为恰当的方式，

抵达最为恰当的用户，并通过一种互动方式最大限度地吸引目标市场潜在客源。

2、“以小博大”

旅游注意力营销有三种做法：一是炒作新闻热点，二是举办节会活动，三是旅游广告营销。媒体炒作是一把双刃剑，要注意四个关键点：一是机遇意识，二是媒体关系，三是媒体选择，四是控制节奏。

三、旅游宣传品制作

1、宣传品的作用

A、方便而完整的代言人

B、美丽而实惠的纪念品

2、宣传品（纸质）的种类

常态性宣传品包括：旅游手册、折页、风光明信片、贺年卡、书签、信封、信纸、价目表、手提袋、农特产纪念品专属包装等。

3、宣传品主要内容

A、折页 B、明信片 C、书签 D、手册 E、信封、信纸 F、价目表

4、宣传品制作原则

三、旅游宣传品制作

A、确立整体风格

B、感性简明的文字

C、质量上乘的照片

5、宣传品的价格控制

A、找出最经济的印制数量

B、首版印制勿过多

C、宣传品也要分等级

D、特殊规格价格高

6、监制流程和工作要点

设计前：

A、找一个最和胃口的设计师

三、旅游宣传品制作

B、准备完整的文字及图片。

C、与设计师准确而良好的沟通，商讨设计风格、色调、版式等。

D、确认色彩、材质、数量及议价。

设计中：

A、审看初稿，最好是请设计师提交首页设计风格，提出修改意见后予以确认。

B、分阶段性多次校对样稿，校稿时需请两个以上人员分别校对。

C、确认送审稿。

交付印刷：

三、旅游宣传品制作

A、如果需要的话，可以到印刷厂看样跟单，确认色调及套色准不准，如有问题可现场要求立刻修正。

B、若无法去印刷厂看样，在收到成品的同时，亦须检查是否有套色不准及色调偏差之处，若有问题，则应退回重印，或与设计师及印刷厂研究补救办法。

7、宣传品发放

拟定投放计划；主动寄发给目标人群；注意时效；

*旅游宣传手册开发制作常识

A、前期资料收集：集中收集食、宿、行、游、购、娱方面的实用信息。

B、选用纸张：凸版纸、新闻纸、胶版纸、铜版纸、画报纸、白版纸、卡纸、玻璃卡等。

C、手册开本：考虑纸张尺寸的标准，手册的开本要符合纸张开度以免浪费。

D、折叠与装订：宣传卡片有单页、对折页、三折页、四折页、六折页等。

E、手册整体设计：封面形象色彩强烈而醒目，排版讲究秩序并突出重点。

四、旅游招贴设计

特点：

1、画面较大 2、远视效果强 3、艺术性高

五、网络营销

1、开发自己的旅游网站

A、网站设立 B、网站推广宣传 C、运行与维护

2、网络广告

3、网络合作

4、重视网络互动社区的社会传播力量

六、口碑营销

优点：准确性好、针对性强、可信度高 缺点：传播速度慢、传播面较窄

二、茶文化节激活江苏仪征乡村旅游

案例评析：

1、深入调查研究，推出节庆品牌

2、精心策划活动，提前宣传造势

3、整合旅游资源，组合产品线路

三、南京乡村旅游市场宣传打出“组合拳”

1、举办系列特色节庆活动

2、组织农业旅游专题促销

3、利用媒体广泛宣传

4、依托旅行社推广旅游线路

5、编制农业旅游专题宣传资料

篇二：乡村旅游策划方案

目 录

一、策 划 背

景
..... 3

二、环境分析
..... 3

1、外部环境分析
..... 4

(1) 政治、法律环境
.. 4

(2) 经济环境
..... 4

(3) 社会、文化因素
.. 4

2、内部环境分析 (SWOT 分析) 4

三、策划目标
..... 5

四、定位策划
..... 5

1、目标市场
..... 5

(1) 某某重庆市
场
..... 6

(2) 某某游客市
场
..... 6

2、市场细分
..... 6

(1) 休闲娱乐中档消费群体 6

(2) 体验健康中高档消费群体 6

3、策划定位
..... 7

五、产品策划
..... 8

六、价格策划
..... 9

1、影响因素
..... 9

(1) 定价目标
..... 10

(2) 成本
..... 10

(3) 市场需求
..... 10

(4) 市场竞争
..... 10

2、价格定

.....	
.....	10
七、渠道策	
划	
.....	11
1、网 络 营	
销	
.....	11
2、与 旅 行 社 合	
作	
.....	11
3、与 企 业、事 业 单 位 合	
作	
11	
4、区 域 设 置 咨 询	
处	
.....	12
5、区 域 设 置 绿 色 农 作 销 售	
点	
12	
6、请 求 政 府 支	
持	

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/578035132046006047>