

旅游营销的工作计划



contents

目录

- 引言
- 市场分析
- 产品策略
- 价格策略
- 渠道策略

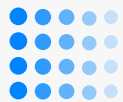
目录

- 促销策略
- 品牌建设与维护
- 客户关系管理
- 营销团队建设与管理



01

引言



目的和背景



01

促进旅游业发展

通过有效的营销策略，提高旅游目的地的知名度和吸引力，促进当地旅游业的发展。

02

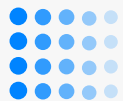
应对市场竞争

在激烈的旅游市场竞争中，通过有针对性的营销活动，提升旅游产品的竞争力。

03

满足游客需求

通过深入了解游客需求，提供符合其期望的旅游产品和服务，提高游客满意度。



营销目标



提高知名度

通过广告宣传、社交媒体推广等手段，提高旅游目的地在目标市场的知名度。

增加游客数量

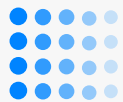
通过吸引更多游客前来旅游，提高旅游目的地的游客数量和旅游收入。

提升品牌形象

通过优质的旅游产品和服务，提升旅游目的地在游客心目中的品牌形象。

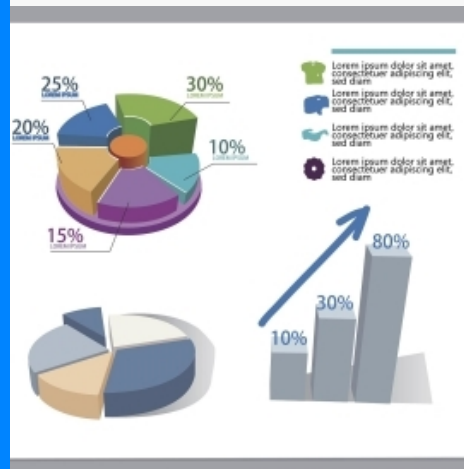
02

市场分析



目标市场

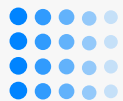
确定目标市场的地理位置、人口统计特征、旅游偏好和消费能力。



评估目标市场的潜在规模和增长潜力，以确定市场机会。



分析目标市场的需求和旅游动机，了解他们对旅游产品的期望和偏好。



竞争对手



识别主要的竞争对手，并分析他们的市场地位、产品特点、营销策略和市场份额。

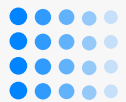


了解竞争对手的优势和劣势，以及他们的客户反馈和市场口碑。



评估自身与竞争对手的差异化程度，寻找突破口和创新点。





市场趋势



关注旅游行业的最新动态和市场趋势，包括新兴的旅游目的地、旅游科技应用、旅游消费习惯变化等。

分析宏观经济环境、政策法规对旅游市场的影响，以及社会文化因素对旅游需求的影响。



预测未来旅游市场的发展方向和潜在机会，为制定营销策略提供决策支持。

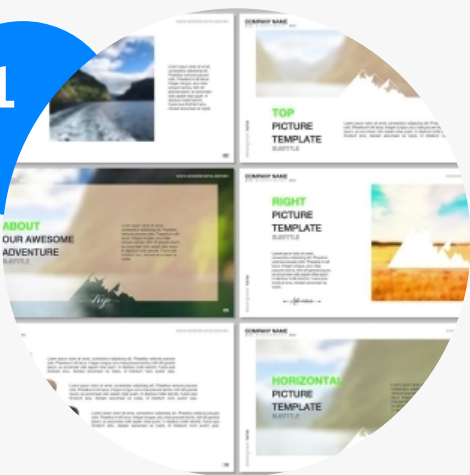
03

产品策略



产品定位

01

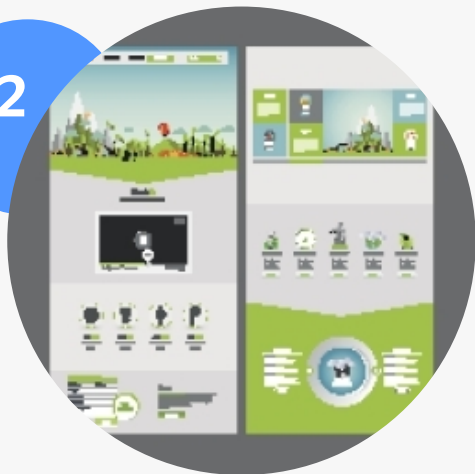


确定目标市场



分析旅游者的需求、偏好和消费能力，将产品准确定位在具有潜力的目标市场。

02



突出产品特色



挖掘旅游资源的独特性和差异性，打造具有吸引力的产品特色。

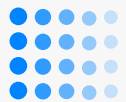
03



明确品牌形象



塑造独特的品牌形象，提升旅游产品的知名度和美誉度。



产品组合

优化产品结构

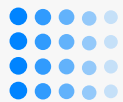
根据市场需求和资源条件，合理规划观光、休闲、度假等不同类型的旅游产品。

丰富产品内容

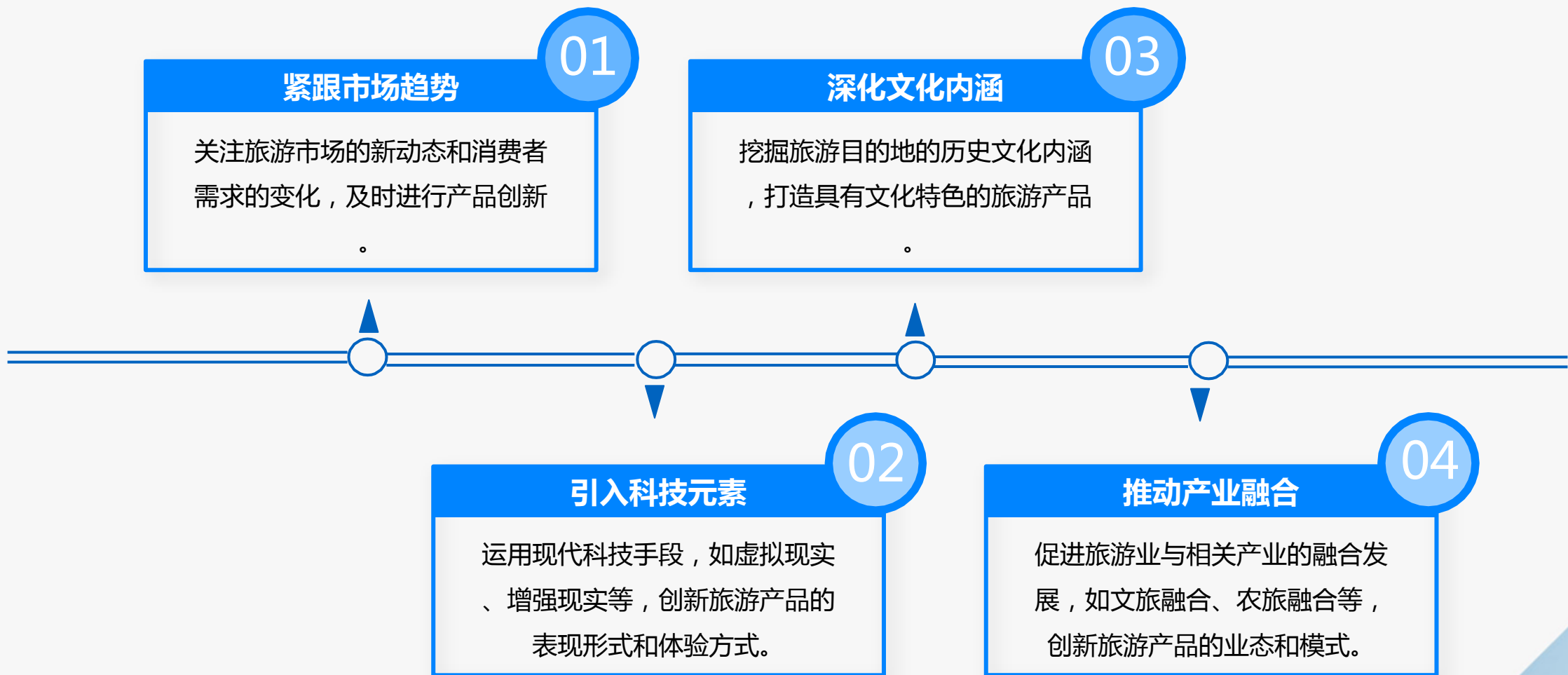
整合旅游资源，开发多元化的旅游产品，如文化体验、户外运动、美食之旅等。

提升产品品质

注重旅游产品的品质提升，包括住宿、餐饮、交通等各个环节的服务质量。

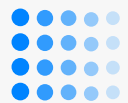


产品创新



04

价格策略



定价目标

实现销售目标

通过合理定价，达到预期的销售额和利润目标。

提升市场竞争力

根据市场需求和竞争对手情况，制定有竞争力的价格策略。



树立品牌形象

通过定价策略，传达旅游产品或服务的高品质形象。



定价方法

● 成本导向定价

根据旅游产品或服务的成本，加上预期的利润，制定销售价格。

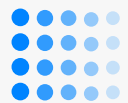
● 需求导向定价

根据市场需求和消费者购买能力，制定不同的价格策略，如高峰期和非高峰期的差异定价。

● 竞争导向定价

根据竞争对手的价格策略，制定相应的价格策略，以保持竞争优势。





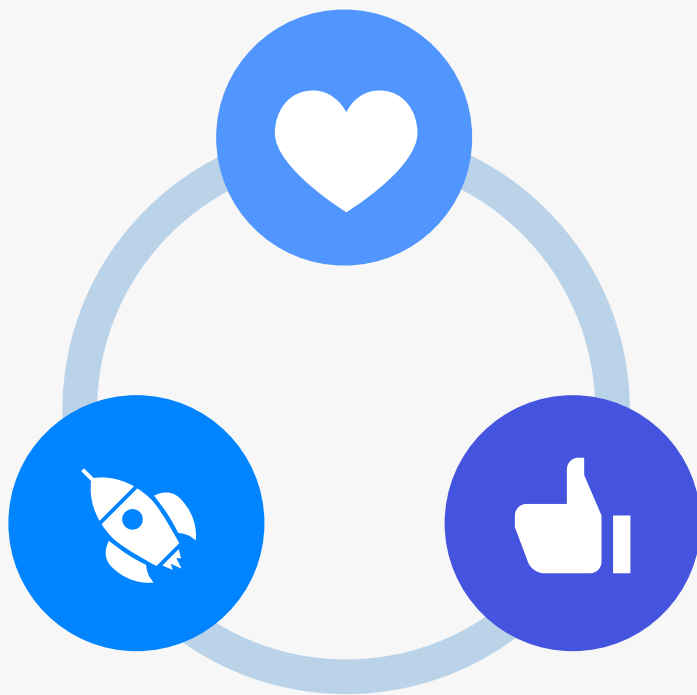
价格调整

折扣与优惠

根据市场需求和销售情况，适时推出折扣、优惠券等促销活动，吸引消费者购买。

套餐与捆绑销售

将多个旅游产品或服务打包销售，以更优惠的价格吸引消费者。



价格上浮与下调

根据市场供需情况和成本变化，适时调整价格，以保持利润水平。

05

渠道策略

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/766143240100011010>