

BIG DATA EMPOWERS
TO CREATE A NEW
ERA

黄山景区营销活动策划书

汇报人：XXX

2024-01-19

目录

CONTENTS

- 活动背景与目标
- 活动创意及内容设计
- 宣传推广策略制定
- 预算费用及收益评估
- 执行团队组建与分工协作
- 效果评估与总结反馈

BIG DATA EMPOWERS
TO CREATE A NEW
ERA

01

活动背景与目标

黄山景区现状及市场分析

景区概述

黄山，世界文化与自然双遗产，国家5A级旅游景区，以奇松、怪石、云海、温泉、冬雪“五绝”著称。



市场竞争

当前旅游市场竞争激烈，各地景区都在寻求创新以吸引游客。黄山虽享有盛名，但仍需不断提升品牌影响力。

游客需求变化

随着旅游消费观念的转变，游客更加注重个性化、体验式旅游。因此，黄山景区需提供更多元化的旅游产品。



营销活动目标与期望效果

01



提升品牌知名度



通过营销活动，提高黄山景区在国内外市场的知名度和美誉度。

02



增加游客数量



吸引更多潜在游客，提高景区游客接待量。

03



促进旅游消费



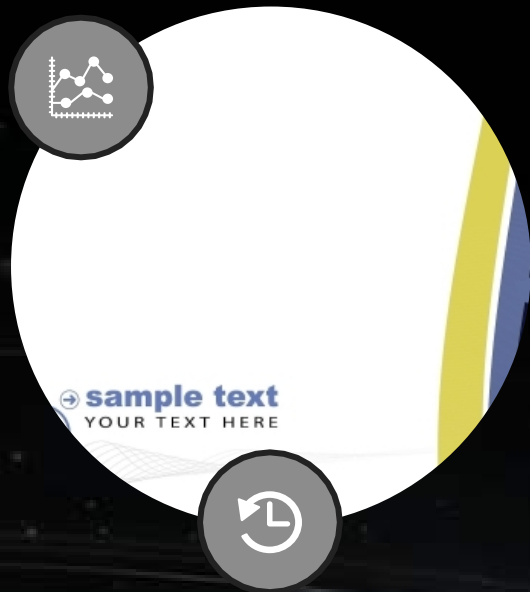
通过推出特色旅游产品和优惠措施，刺激游客在景区的消费。



目标受众群体定位

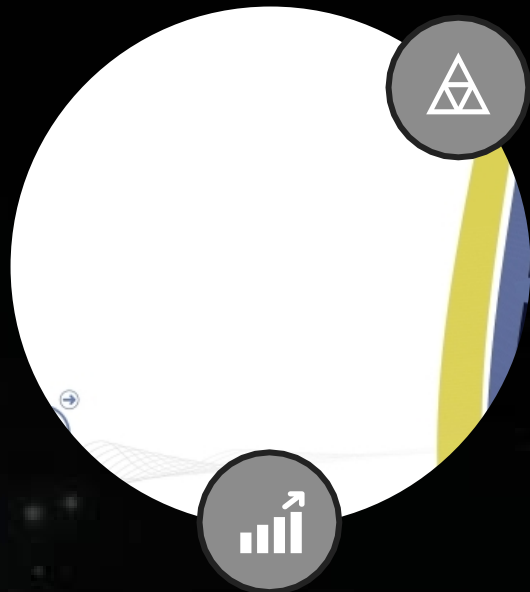
年轻游客

针对年轻人追求新奇、刺激的特点，推出户外运动、探险等旅游产品。



文化爱好者

针对对历史文化有浓厚兴趣的人群，推出文化研学、古迹游览等旅游产品。



家庭游客

提供亲子游、家庭度假等适合全家人的旅游产品。

国际游客

加强国际宣传，吸引更多境外游客前来游览。

BIG DATA EMPOWERS
TO CREATE A NEW
ERA

02

活动创意及内容设计



主题创意及亮点展示

主题：黄山四季之美——探
索自然，体验文化

亮点

04 深入挖掘黄山的历史文化，
通过活动让游客亲身感受传
统文化的魅力。



03 结合黄山四季不同的自然风
光，设计独具特色的旅游体
验。

05 创新营销手段，利用社交媒
体、网络直播等方式吸引更
多年轻游客。



活动流程安排与时间规划



01

活动前期（1-2个月）

02

制定详细的活动方案和时间表。

03

通过官方网站、社交媒体等渠道进行活动预告和宣传。



活动流程安排与时间规划

1

与旅行社、OTA等合作伙伴进行沟通，推广活动。

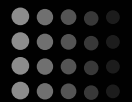
2

活动中期（活动当天）

3

游客签到，领取活动资料包。





活动流程安排与时间规划



01

开幕式，介绍活动主题和流程。

02

分组进行各项活动，如徒步、摄影、文化体验等。

03

晚上举行篝火晚会，展示黄山民俗文化。



活动流程安排与时间规划





参与者互动环节设置

徒步大赛

设置不同难度的徒步路线，鼓励游客在欣赏美景的同时锻炼身体，增强旅游体验。

摄影比赛

邀请专业摄影师担任评委，设立奖项鼓励游客拍摄黄山美景，提高黄山的知名度和美誉度。

文化体验活动

组织游客参与制茶、剪纸、书法等传统文
化体验活动，让游客亲身感受黄山文化的
魅力。

篝火晚会

晚会上表演黄山当地的民俗节目，如舞龙
舞狮、黄梅戏等，同时邀请游客参与互动
游戏和舞蹈，拉近彼此距离。



BIG DATA EMPOWERS
TO CREATE A NEW
ERA

03

宣传推广策略制定

线上线下宣传渠道选择及布局



线上宣传

利用官方网站、微博、微信公众号等社交媒体平台，发布景区动态、活动信息和优惠政策，吸引潜在游客关注。同时，合作旅游预订网站和OTA平台，提供便捷的在线预订服务。



线下宣传

在景区周边城市及主要客源地进行地面推广，包括户外广告、旅游展会、旅行社合作等，提高黄山景区的知名度和美誉度。



线上线下融合

通过线上预约、线下体验的方式，将线上流量转化为线下游客。同时，线下活动也可以引导游客关注线上平台，形成良性循环。

Image

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/896154135051010110>