



التسويق السياحي

LOGO

تعريف التسويق السياحي :

كافة الجهود والأنشطة المنظمة التي يتم تأديتها بتناغم مدروس من قبل كافة مقدمي الخدمة السياحية بعناصرها أو أجزائها المختلفة والتي تهدف إلى إشباع أذواق المستفيدين أو الراغبين في السياحة بشتى صورها .

هو التحليل والتخطيط والتنفيذ والرقابة على البرامج التي يتم إعدادها لتحقيق تبادل طوعي للقيم مع أسواق مستهدفة لغرض تحقيق أهداف المؤسسة .

يعني التنفيذ العلمي والمنسق لسياسة الأعمال للمشاريع السياحية سواء أكانت عامة أو خاصة أو محلية أو إقليمية أو وطنية أو عالمية لغرض تحقيق الإشباع لحاجات المستهلكين وبما يحقق عائد ملائم

1

دراسة الحاجات والرغبات والإمكانات والأذواق المتصلة بالمستهلكين في الأسواق المستهدفة

2

تحديد ذلك القدر من الإشباع الذي تقدر عليه مؤسسة من تلك الحاجات والرغبات والأذواق المحددة من قبل رجال التسويق .

3

توجيه كافة الجهود والأنشطة داخل المؤسسة وبإشراف مباشر من الإدارة العليا ونفوذ مقبول لإدارة التسويق لإيجاد التوازن بين الحاجات والرغبات الخاصة بالمستهلكين المستهدفين من خلال توفير القدر الممكن منها .

ركائز التسويق السياحي

أهداف التسويق السياحي :

قصيرة الأجل

هي تلك الأهداف التي تعمل على تحقيقها الشركات والوكالات السياحية والأجهزة والمؤسسات السياحية ، وتتمثل في تحقيق نسبة معينة من التدفق السياحي سواء بالنسبة لعدد السواح أو الليالي السياحية أو الإيرادات خلال فترة من سنة إلى سنتين .

متنوعة

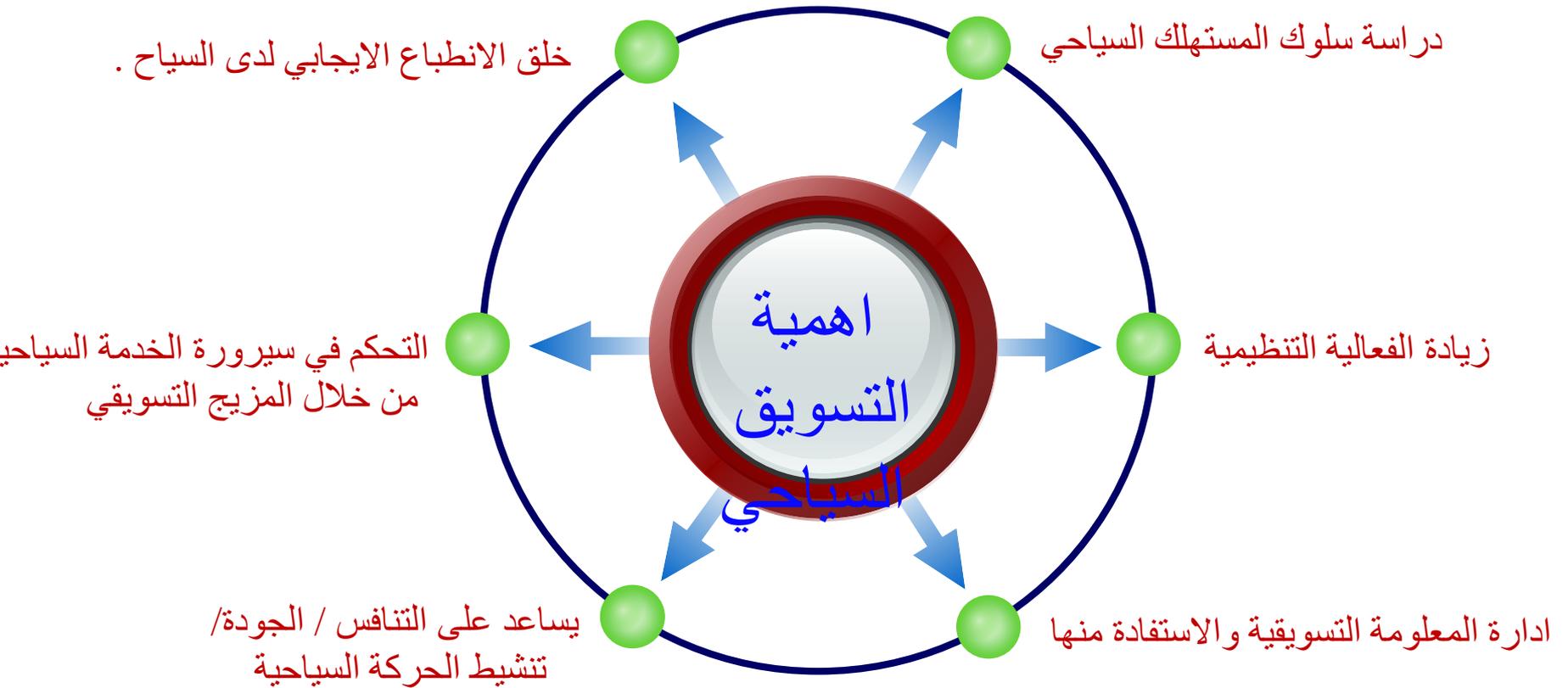
تحقيق الرضا وإشباع الحاجات المختلفة لدى السواح من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية والارتقاء بها . وكذا زيادة الدخل السياحي ، الحركة السياحية، التفوق على المنافسة

مشترة مكة

هي الأهداف التسويقية التي تسعى إلى تحقيقها مختلف الأجهزة والشركات السياحية على درجات عالية من التقدم والتطوير .

الخاصة

يرتبط هذا النوع بتحقيق أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها إحدى المؤسسات السياحية بشكل خاص مثل احتكار سوق معين أو تقديم خدمات سياحية متميزة بأسعار معتدلة



خصائص تسويق الخدمة السياحية

4

إبراز الصورة السياحية والتركيز على المناطق السياحية وبالتالي زيادة معدل الحركة السياحية سنويا،

3

ثبات مكونات العرض السياحي من مقومات تاريخية واثرية ومرافق اساسية في الدول المستقبلية للسياح ، الذي تتصف مكوناته بالجمود وعدم المرونة وعدم القابلية للتغيير في المدى القصير.

2

مرونة الطلب السياحي حيث تؤثر عليه الدوافع الشخصية وقرارات الفرد بتفضيل السياحة والقيام بإجازة مقارنة السلع والخدمات الاخرى

1

المنتج السياحي منتج متنوع ومركب يحتاج الى استراتيجية تسويقية متكاملة، يعتمد على إثارة الدوافع والاتجاهات لدى السائحين المرتقبين من شتى أنحاء العالم لزيارة دولة أو منطقة معينة