مفهوم ، أهداف وظائف و أنواع التسويق السياحي:

1 - مفهوم التسويق السياحي:

التسويق السياحي هو العملية التي تهدف إلى تعزيز وتسويق المناطق السياحية والخدمات السياحية والمنشآت والمنتجات السياحية للجمهور المستهدف، سواء كانوا سياحًا محليين أو دوليين. يشمل التسويق السياحي عدة مجالات، بما في ذلك التسويق الرقمي والتسويق الاجتماعي والتسويق التقليدي، ويتضمن أيضًا تحليل السوق والتنافس وتطوير العروض السياحية وتحديد الأهداف والجمهور المستهدف.

يهدف التسويق السياحي إلى جذب المزيد من السياح وتعزيز النمو الاقتصادي في المناطق السياحية، وتوفير فرص عمل جديدة وتعزيز الاستثمار في هذه القطاعات. ويعتمد التسويق السياحي على الابتكار والإبداع والتفكير الإستراتيجي لتطوير حملات تسويقية فعالة ومتنوعة لجذب السياح وتحسين تجربتهم السياحية.

2 - أهداف التسويق السياحي

تتمثل أهم أهداف التسويق السياحي في:

1- زيادة عدد السياح: يعتبر زيادة عدد السياح من أهم أهداف التسويق السياحي، حيث يتم العمل على ترويج المناطق السياحية وجذب السياح الجدد إليها.

2- تنويع العرض السياحي: يهدف التسويق السياحي إلى تنويع العروض السياحية المقدمة للزوار، وتطوير الأنشطة السياحية المتاحة، وتوفير بيئة جاذبة للسياح وتجربة سياحية مميزة ومتنوعة.

3- زيادة الإيرادات السياحية: يهدف التسويق السياحي أيضاً إلى زيادة الإيرادات السياحية، من خلال جذب عدد أكبر من السياح وتوفير الخدمات والمنشآت السياحية المناسبة لهم.

4- تحسين صورة الوجهة السياحية: يسعى التسويق السياحي إلى تحسين صورة الوجهة السياحية في أذهان الزوار، من خلال تقديم خدمات ومنشآت سياحية عالية الجودة، وتطوير التكنولوجيا المستخدمة في القطاع السياحي، والعمل على الحفاظ على البيئة والتراث الثقافي والتاريخي للوجهات السياحية.

5- تعزيز التنمية الاقتصادية: يعد التسويق السياحي أحد العوامل الرئيسية في تعزيز التنمية الاقتصادية للبلدان والمناطق السياحية، من خلال توفير فرص العمل وتعزيز الاستثمارات في القطاع السياحي، وزيادة الإيرادات الاقتصادية.

6- تعزيز التفاعل الثقافي والاجتماعي: يهدف التسويق السياحي إلى تعزيز التفاعل الثقافي والاجتماعي بين الزوار والمجتمعات المحلية، من خلال تقديم فرص للتعارف والتواصل والتفاعل بين الثقافات المختلفة.

7- تعزيز الوعي البيئي: يعتبر التسويق السياحي أيضًا وسيلة لتعزيز الوعي البيئي والحفاظ على الموارد الطبيعية والبيئة المحيطة، من خلال تشجيع السياح على اتباع الممارسات السياحية المسؤولة والمستدامة.

8- تحسين الخدمات والمنشآت السياحية: يهدف التسويق السياحي إلى تحسين الخدمات والمنشآت السياحية المتاحة في الوجهات السياحية، وتوفير خدمات عالية الجودة للسياح، وتحسين تجربتهم السياحية.

9- تعزيز التسوية الاجتماعية والاقتصادية: يمكن للتسويق السياحي أن يعزز التسوية الاجتماعية والاقتصادية في المناطق السياحية، وذلك من خلال توفير فرص العمل والتنمية الاقتصادية والتحسين في مستوى المعيشة للمجتمعات المحلية في تلك المناطق.

10- تعزيز الإدارة السياحية: يساعد التسويق السياحي أيضًا في تعزيز الإدارة السياحية وتطوير الإستراتيجيات والخطط السياحية، وتحسين إدارة وتسيير المناطق السياحية وتنظيم الأنشطة السياحية وتقديم الخدمات السياحية.

3 -  وظائف التسويق السياحي

تشمل وظائف التسويق السياحي العديد من المهام والأنشطة التي تهدف إلى جذب السياح وتشجيعهم على زيارة المناطق السياحية، وتشمل بعضها:

1- دراسة السوق السياحية: يقوم المسوق السياحي بدراسة السوق السياحية وتحديد احتياجات السياح والعوامل التي تؤثر على اختيارهم للوجهات السياحية.

2- تحليل المنافسة: يقوم المسوق السياحي بتحليل المنافسة في السوق السياحية ومعرفة الشركات والمناطق السياحية الأخرى التي ينافسها، وتحديد نقاط القوة والضعف لكل منها.

3- تحديد الجمهور المستهدف: يقوم المسوق السياحي بتحديد الجمهور المستهدف للتسويق السياحي وتصميم حملات تسويقية ملائمة لكل فئة.

4- تطوير الإستراتيجيات السياحية: يساعد المسوق السياحي في تطوير الإستراتيجيات السياحية وتحديد الأهداف والخطط اللازمة لتحقيقها.

5- تصميم الحملات الإعلانية: يصمم المسوق السياحي الحملات الإعلانية والترويجية للمناطق السياحية ويختار وسائل الترويج المناسبة للوصول إلى الجمهور المستهدف.

6- تنظيم الفعاليات السياحية: يقوم المسوق السياحي بتنظيم الفعاليات السياحية والترفيهية في المناطق السياحية لجذب السياح وزيادة الإقبال على الوجهات السياحية.

7- تحسين تجربة السياح: يعمل المسوق السياحي على تحسين تجربة السياح في المناطق السياحية وتوفير الخدمات السياحية عالية الجودة والمتنوعة

8- تطوير المنتجات السياحية: يعمل المسوق السياحي على تطوير المنتجات السياحية المقدمة في المناطق السياحية وتوفير تجارب سياحية متنوعة وجذابة للسياح.

9- تحسين العلاقات العامة: يساعد المسوق السياحي في تحسين العلاقات العامة للمناطق السياحية وتوفير المعلومات اللازمة للسياح والمسافرين عن المناطق السياحية.

10- قياس الأداء: يقوم المسوق السياحي بقياس أداء حملات التسويق السياحي وتحليل النتائج لتحديد المشكلات والتحسينات المستقبلية.

11- الاستشارة والتدريب: يساعد المسوق السياحي في توفير الاستشارة والتدريب للشركات والمؤسسات السياحية لتحسين أدائها وزيادة جاذبيتها للسياح.

12- التواصل مع الجهات الحكومية: يتواصل المسوق السياحي مع الجهات الحكومية المعنية بالسياحة لتحديد السياسات والإجراءات اللازمة لتطوير صناعة السياحة وجعلها أكثر جاذبية وتنافسية.

13- التحليل والتقييم: يقوم المسوق السياحي بتحليل وتقييم السوق السياحي وتحديد الاتجاهات المستقبلية والتغيرات التي تحدث في صناعة السياحة وكيفية التأثير على المناطق السياحية.

4 - أهم أنواع التسويق السياحي :

1- التسويق السياحي الداخلي: وهو التسويق الموجه للسكان المحليين لزيارة المناطق السياحية داخل البلد نفسه، وذلك لتشجيع السياحة الداخلية ودعم الاقتصاد المحلي.

2- التسويق السياحي الخارجي: وهو التسويق الموجه للسياح الأجانب لزيارة المناطق السياحية في البلد، وهو يهدف إلى جذب السياح من الخارج وتحقيق العوائد الاقتصادية للدولة.

3- التسويق الرقمي: وهو التسويق الذي يتم عبر الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، ويهدف إلى الوصول إلى الجمهور المستهدف بشكل أسرع وأكثر فعالية.

و يمكن التقسيم حسب عدة معايير