

TURISTIK MARKETING STRATEGIYASI VA TAKTIKASI

Mirhamidova Gulibonu Mirabdullojon qizi
Namangan davlat universiteti Iqtisodiyot fakulteti
Turizm yo'nalishi 4-bosqich talabasi

Annotatsiya. Ushbu maqola turistik marketingda mehmonlarni jalb qilish va ushlab turish uchun ishlatiladigan asosiy strategiya va taktikalarni ko'rib chiqadi. U raqamli marketingdan tajribaviy turizmga bo'lgan turli xil yondashuvlarni o'rganadi va ularning turli bozorlarda samaradorligini baholaydi. Adabiyotlarni tahlil qilish va amaliy tadqiqotlar orqali maqola muvaffaqiyatli marketing kampaniyalarining tarkibiy qismlarini o'rganadi va raqobatbardosh global turizm sanoatida marketing harakatlarini optimallashtirishga intilayotgan turizm manfaatdor tomonlariga tavsiyalar beradi.

Kalit so'zlar: Turistik marketing, maqsadli brending, raqamli marketing, tajribali turizm, iste'molchilarning xulq-atvori, turizmni targ'ib qilish, kontent marketingi, turizm strategiyasi.

Turizm sohasi jahon iqtisodiyotining eng dinamik tarmoqlaridan biri bo'lib, ko'plab mamlakatlarning YaIMga sezilarli hissa qo'shadi. Yo'nalishlar o'rtasidagi raqobatning kuchayishi bilan samarali turistik marketing strategiyalariga ehtiyoj birinchi o'ringa chiqdi. Ushbu strategiyalar sayyohlarning o'zgaruvchan afzalliklarini, raqamli platformalarning ko'tarilishini va sayohatda barqarorlikning tobora ortib borayotgan ahamiyatini hal qilishi kerak. Ushbu maqola zamonaviy turistik marketing strategiyalari va taktikalarini o'rganishga, ularning turistik tajribalarni qanday shakllantirishiga, manzil to'g'risida xabardorlikni oshirishga va bozor pozitsiyasini yaxshilashga qaratilgan.

Turistik Marketing strategiyasi va taktikasi:

Turistik marketing strategiyalari sayohatchilarni jalb qilish va jalb qilish uchun yo'nalishlar, tajribalar va sayyohlik xizmatlarini targ'ib qilish uchun mo'ljallangan. Maqsad turizm sohasidagi yo'nalishlar yoki korxonalar uchun turizm, daromad va umumiy iqtisodiy ta'sirni oshirishdir. Bu erda asosiy strategiyalar va taktikalar:

1. Bozor tadqiqotlari va segmentatsiyasi

- Strategiya: maqsadli bozorlarni, jumladan, demografiya, imtiyozlar, sayohat harakati va xarajatlar tartibini aniqlang va tushuning.

- Taktika:

- Tushuncha to'plash uchun so'rovlar, fokus-guruhlar va ma'lumotlarni tahlil qilish.

- Sayyohlar qiziqishlari bo'yicha (sarguzasht, hashamat, madaniyat, ekoturizm) yoki demografiya (oilalar, millienniallar, nafaqaxo'rlar).

- Veb-trafik va auditoriya xatti-harakatlarini tahlil qilish uchun Google Analytics va ijtimoiy media insights kabi vositalardan foydalaning.

2. Belgilangan Brendlash

- Strategiya: maqsad uchun uning o'ziga xosligi, madaniyati va asosiy diqqatga sazovor joylarini aks ettiruvchi jozibali va noyob brendni ishlab chiqing.

- Taktika:

- Kuchli brend xabari, logotip va vizual identifikatorni yarating.

- Noyob savdo nuqtalarini ajratib ko'rsatish (masalan, tabiiy landshaftlar, madaniy meros yoki oshpazlik tajribalari).

- Ta'sir o'tkazuvchilar, mahalliy rassomlar yoki korxonalar bilan brend hamkorligini rivojlantirish.

3. Raqamli Marketing va ijtimoiy Media

- Strategiya: yo'nalishlar va sayohat tajribalarini targ'ib qilish uchun onlayn platformalardan foydalaning.

- Taktika:

- Veb-sayt trafigini oshirish uchun SEO, PPC va kontent marketingidan foydalaning.

- Instagram, Facebook, YouTube va TikTok kabi platformalarda ijtimoiy media marketingi bilan shug'ullaning.

- Google Travel va TripAdvisor kabi sayohatlarni bron qilish platformalarida maqsadli reklama va aktsiyalarni ishga tushiring.

- Vloglar, sayohat bloglari va ijtimoiy postlar orqali tajribalarni namoyish qilish uchun ta'sirchan hamkorlikni rivojlantirish.

4. Tajribali Marketing

- Strategiya: sayyohlarga ularning qiziqishlariga mos keladigan immersiv va unutilmas tajribalarni taklif eting.

- Taktika:

- Tematik sayohat paketlarini ishlab chiqish (masalan, sog'lomlashtirish, sarguzasht sayohatlari, madaniy ekspeditsiyalar).

- Pazandachilik darslari, mahalliy ustaxonalar yoki tabiat sayohatlari kabi interaktiv tajribalarni taklif eting.

- Virtual sayohatlar va yo'nalishlarni oldindan ko'rish uchun virtual haqiqat (VR) yoki kengaytirilgan haqiqat (AR) dan foydalaning.

5. Barqarorlik va mas'uliyatli turizm

- Strategiya: barqaror amaliyot va ekologik toza turizm variantlarini targ'ib qilish orqali ekologik jihatdan ongli sayohatchilarga murojaat qiling.

- Taktika:

- Ekologik toza turar joy, transport va tadbirlarni taklif qilish uchun mahalliy korxonalar bilan hamkorlik qiling.

-Tabiatni muhofaza qilish bo'yicha sa'y-harakatlar yoki jamoatchilikka asoslangan turizm loyihalarini ajratib ko'rsatish.

- Chiqindilarni kamaytirish, mahalliy iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlash va madaniy merosni hurmat qilish kabi barqaror sayohat xatti-harakatlarini rag'batlantirish.

6. Hamkorlik va hamkorlik

- Strategiya: sayyohlik tajribasini kengaytirish va kengaytirish uchun sanoat sheriklari bilan hamkorlik qilish.

- Taktika:

-Birgalikda markali aktsiyalar va sayohat paketlari uchun aviakompaniyalar, mehmonxonalar, turoperatorlar va onlayn sayyohlik agentliklari (OTAs) bilan hamkorlik.

- Qo'shma kampaniyalarni boshlash uchun mahalliy hukumatlar va sayyohlik kengashlari bilan ishlash.

- Ko'rinishni oshirish uchun ommaviy axborot vositalari yoki sayohat ta'sirchilari bilan hamkorlik qiling.

7. Sadoqat va yo'naltiruvchi dasturlar

- Strategiya: takroriy biznes va og'zaki murojaatlarni rag'batlantiradigan dasturlarni ishlab chiqish.

- Taktika:

- Chegirmalar, eksklyuziv kirish yoki bepul yangilanishlar kabi mukofotlar bilan tez-tez sayohatchilar uchun sodiqlik dasturlarini amalga oshiring.

- Mijozlar do'stlaringiz va oilangizga manzilni tavsiya qilish orqali mukofot olishlari mumkin bo'lgan yo'naltiruvchi dasturlarni yarating.

- Shaxsiy tavsiyalar va takliflarni taklif qilib, o'tgan mehmonlar bilan aloqada bo'lish uchun elektron pochta marketingidan foydalaning.

8. Voqealar Marketingi

- Strategiya: sayyohlarni jalb qilish va mahalliy madaniyatni namoyish qilish uchun tadbirlar, festivallar va ko'rgazmalardan foydalaning.

- Taktika:

- Sayohatchilarni jalb qiladigan mahalliy tadbirlarni (musiqa festivallari, sport tadbirlari, madaniy yarmarkalar) tashkil etish yoki ularga homiylik qilish.

-Yuqori profili tadbirlarda ishtirok o'z ichiga paketlarini yaratish.

- Mavsumiy bayramlar yoki urf-odatlar bilan bog'liq mahalliy tajribalarni targ'ib qilish.

9. Mobil va ilovalarga asoslangan Marketing

- Strategiya: sayyohlarni Real vaqtda jalb qilish va ularning tajribasini yaxshilash uchun mobil ilovalar va texnologiyalardan foydalaning.

- Taktika:

-Xaritalar, marshrutlar va qiziqish nuqtalari bilan manzilga xos ilovalarni ishlab chiqish.

-Sayyohlarga real vaqtda takliflar, yaqin atrofdagi diqqatga sazovor joylar yoki shaxsiy tavsiyalar berish uchun geotargeting va push xabarnomalaridan foydalaning.

- Taklif mobil-do'st bron va to'lov imkoniyatlari.

10. Tahlil va ishlashni kuzatish

- Strategiya: ma'lumotlarga asoslangan tushunchalar asosida marketing harakatlarini doimiy ravishda kuzatib boring va optimallashtiring.

- Taktika:

- Kampaniya faoliyatini kuzatish uchun Google Analytics, ijtimoiy media insights va CRM tizimlari kabi vositalardan foydalaning.

- Veb-sayt trafigi, ijtimoiy aloqalar, konversiyalarni bron qilish va mijozlarning fikr-mulohazalari kabi asosiy ko'rsatkichlarni o'lchash.

- A / B sinov kampaniyalari va ROI va boshqa KPI asosida optimallashtirish.

Samarali turistik marketing strategiyasi tadqiqot, Brendlash, raqamli jalb qilish, hamkorlik va mijozlarni ushlab turishni birlashtiradi. Ushbu strategiyalarni yaxshi bajarilgan taktikalar bilan birlashtirish orqali yo'nalishlar va sayyohlik korxonolari ko'proq mehmonlarni jalb qilishi, sodiq mijozlar bazasini yaratishi va pirovardida turizmning iqtisodiy va madaniy ta'sirini kuchaytirishi mumkin.

Xulosalar

So'nggi o'n yil ichida turistik marketing strategiyalari sezilarli darajada rivojlandi, raqamli marketing, kontent yaratish va tajribali turizm Markaziy o'rinni egalladi. Muvaffaqiyatli kampaniyalar-bu raqamli platformalardan foydalanadigan, hikoya qilish orqali aloqalarni rivojlantiradigan va unutilmas tajribalarni yaratishga qaratilgan kampaniyalar. Borgan sari raqobatbardosh turizm landshaftida yo'nalishlar sayohatchilarning o'zgaruvchan istaklarini qondirish uchun doimiy ravishda o'zlarining marketing strategiyalarini yangilashlari va moslashtirishlari kerak.

Topilmalar asosida turizm marketologlari uchun quyidagi tavsiyalar berilgan:

Raqamli marketingga sarmoya kiriting: yo'nalishlar global auditoriya bilan muloqot qilish uchun raqamli platformalarni, xususan, ijtimoiy media va kontent marketingini birinchi o'ringa qo'yishi kerak.

Tajribali turizmga e'tibor qarating: Marketing strategiyalari immersiv va shaxsiy sayohatga bo'lgan talabning ortib borishini ta'minlaydigan noyob, mahalliy tajribalarni ta'kidlashi kerak.

Barqarorlik savdo nuqtasi sifatida: barqaror turizm amaliyotini targ'ib qilish ekologik ongli sayohatchilarga murojaat qilishni kuchaytirishi mumkin.

Adabiyotlar:

1. Voskolovich NA Turistik xizmatlar marketingi. BIRLIK, 2009 .-- 350 b.
2. Ahmadjonov, A Abdullayev, M Mamayusupov, O Umarjonov. (2021). Raqamli iqtisodiyotda boshqaruv muammolari. Science and Education, 2(10), 636-642.
3. Buhalis, D., & Qonun, R. (2008). Axborot texnologiyalari va turizmni boshqarish sohasidagi taraqqiyot: internetda 20 yil va 10 yildan keyin. Turizmni Boshqarish, 29(4), 609-623.
4. Kotler, P., Bouen, J. Va Makens, J. (2006). Mehmondo'stlik va turizm uchun Marketing. Pearson Prentice Zali.
5. Richards, G. Va Uilson, J. (2007). Turizmni rivojlantirish traektoriyalari: madaniyatdan ijodgacha. Turizmni Boshqarish, 28(5), 1213-1224.