

# 焦作市农业产业园规划设计公司

产品名称	焦作市农业产业园规划设计公司
公司名称	河南赛雅园林景观设计有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	郑州市金水区花园路与国基路交叉口花园SOHO
联系电话	15638920338

## 产品详情

有些企业花了数十年时间去打造好一个品牌，但这绝不仅仅是吃饭睡觉走人那么简单。它是一个景区持续燃烧的生命之火。

### 2、低价竞争严重

高明的营销是让别人主动来找你，而低价促销，是你放下脸面去找别人。目前我国的许多景区在开展营销活动，以低价作为价格手段，去扩大旅游市场，严重扰乱市场秩序，损害了旅游品牌形象，也形成了低价营销的恶性循环，极大的阻碍了景区的发展。

### 3、营销产品乏新

我国的景区产品的营销，景区资源和文化资源挖掘不够，特色的景区产品较少，产品更新较慢，导致景区产品吸引力不足，无亮点可销。

### 4、营销手段落后

目前，我国景区的经营者多依靠传统方式招揽游客，采用多的宣传促销手段是发单页或发名片，有少数经营者在互联网上设立了宣传网页，取得了一定的营销效果，但由于信息量少、功能简单、缺乏管理等原因，没有达到预期的营销效果。

## 二、如何让景区取得更好的收益

那么，问题来了，景区旅游营销该怎么做，才能取得更好的收益呢？

### 1、目标清晰，方向明确

战略目标看得远看得清，确定目标有根据，避免一味的追求高大上。懂得灵活伸缩，可远可近。本来是一个小山村愣是天天喊着像迪拜看齐，做世界旅游目的地就会让人觉得可笑。要认准自身地位，设立切实可行的目标。

这就要求市场变化随手掌握，要跟得上市场发展形势，以市场为基础，寻找关键突破点。

## 2、巧设定位，亲民又合理

不是盲目的高，还要看得清。要把定位定得符合自身实际，即定得准！定得准是与民走得近。站在游客的角度，知道游客的需求，旅游营销才能自得其法，一矢中的，改变铺天盖地的宣传不知游客是谁的困局。

玩转营销的核心在于因人制宜，因地制宜，因时制宜，根据市场的需求灵活应变。

## 3、口碑传播，也要有底气

泡泡的特征就是一吹即破，破解之法在于继续吹，吹出更多的泡泡，传播效果越好！要吹的有内涵，有技术、有实体支撑，要变得不容易吹破。吹的同时，旅游地有特色资源构建吸引力，有良好的基础服务设施，有较为丰富的旅游产品，有人性化的配套服务，整体给游客较强的舒适度。

游客有了满意度、自然就有了美誉度，“吹”出来的营销价值就越大，终是广大游客一起吹，吹出口碑。

## 4、懂得造势，以快取胜

造势需要集中旅游地的人力物力财力，也就是要有实力。这实力包括营销管理、人才储备、市场渠道、产品特色等，具有一定的实力，可以吸引更多的合作商参与进来，增加市场号召力，比如说公益宣传造势。

另外要看时机识时势，注重时效性，造势引起轰动。随着旅游多样性需求增强，新奇特成为旅游营销的杀手锏。比如说民宿，当树上民宿、空中民宿、水上民宿、流动民宿等民宿产品不断涌现出来，立即吸引人们的注意力，产生非同寻常的传播效果。

## 5、焦点变热点

对于旅游营销而言，眼球经济不可忽略。既需要体验性，也需要放大景区形象传播，更需要聚焦引燃，成为引爆媒体争相报道的旅游热点。如横店圆明新园的开业营销，既与北京圆明园的侵权争议，虚虚实实，同时放大景区以“打造未来遗产的形象”成为社会广泛关注的焦点热点。

营销推动发展，旅游营销是旅游发展的重要内容。旅游营销不是就营销谈营销，构建营销传播体系，从中可以看到旅游文化，感受旅游情趣，体验旅游生活。