

# 专业网红旅游景区规划公司

产品名称	专业网红旅游景区规划公司
公司名称	北京绿道联合旅游规划设计有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市怀柔区雁栖经济开发区雁栖大街31号
联系电话	86-010-87796100 18210256003

## 产品详情

在文旅融合的时代背景下，景区景点不仅要善于运用自媒体与网络直播手段，还要在精准营销的同时，深挖景区景点文化内涵。

### 善用自媒体打造精准营销系统

善于运用自媒体与网络直播手段，是现阶段网红发展的要求。移动视频在现阶段网红发展中承担重要角色，短视频或直播显然更受到粉丝关注。未来网红产业的创意策划、内容制作以及分发都将发生重大变革：专业创意团队，组织化生产，标准化作业，跨平台、多渠道内容分发，使网红触及用户更加广泛，快速生产成为可能，且避免了创意的枯竭和风格的单一。在专业机构崛起、团队运作成为主流的情况下，景区景点仅靠游客或粉丝的有意无意地传播而走红，具有随意性与不确定性，故此必须进行精准营销。

### 善用网红品牌打造旅游目的地

景区景点在借助外力进行专业化运作同时，特别要重视那些营销的网红，他们横跨公关、社交、新媒体以及内容营销，产生巨大品牌传播的影响力。运用网红人群作为品牌代言人，需要考虑网红人群形象与旅游目的地形象吻合。如丹寨万达旅游小镇全球招聘轮值镇长，吸引网红参与，让网红成为代言人，并通过他们的影响力带动粉丝互动，让食住行游购娱以及古法造纸、蜡染等地方文化遗产通过图片、视频进行分享，产生良好的推广效应。可见，景区景点要善于利用网红品牌进行营销模式变革，通过“场景化+规模化”产生品牌效应，将口碑营销、品牌营销和体验营销等营销方式引入营销模式之中。

### 善用内容营销打造文化个性

网红经济根植于内容产业，网红生命力取决于内容本身。特色产品以及有文化含量的产品只有具备传播高附加值与文化底蕴，才能维持旺盛长久生命力。否则，刻意打造并无丰富内容的景区景点，很快就会因为游客、粉丝的失望，成为昙花一现的败笔。新奇特的景区容易成为网红，背后都有历史文化或创意的支撑。被网络视频热捧的重庆洪崖洞夜景以及西安永兴坊“摔碗酒”习俗，就得益于当地独特的建筑格局以及文化习俗。挖掘景区景点文化个性，要运用文化旅游、遗产旅游的思路，特别是要重视挖掘当

地物质文化遗产与非物质文化遗产中具有鲜明个性的内容。

#### 四是善用全域旅游打造持久吸引力

打造网红景区景点实际上是一场全员公关与全员营销：以全域旅游为导向，进行旅游品牌形象设计、旅游产品规划及要素包装、旅游目的地全域化氛围营造；突破区域局限，推动功能互补、特色突出、彼此融合的跨区域旅游线路形成；把休闲旅游、遗产旅游、红色旅游、康体旅游等主题串联起来，将整体旅游品牌打造成为网红品牌。经济欠发达地区，旅游起步晚、基础设施比较薄弱的网红景区景点，更应实施全域旅游发展战略，完善基础设施与配套设施，提升服务质量，做到名实相符。此外，还要加强旅游购物管理，规范旅行社经营行为，建立健全旅游综合监管机制，为网红景区景点发展全方位保驾护航。

本文原创地址绿道联合旅游规划设计院<http://www.cnldlh.com/>，如需转载请说明出处！