

景区营销 点石成金还是点金成石

■ 李小娟 刘薇

女性着裙子长度不超过38厘米,可半价入园;客人扮作古代帝王与妃嫔共浴……越来越多的“重口味”景区营销事件见诸报端。各景区不断搏出位吸引大众的眼球,然而这样的噱头甚至是低俗的创意在吸引游客的眼球同时能留住游客的心吗?

反方:

营销炒作 赚了眼球失了心

今年春节,一条新闻着实吸引了大家的眼球,连云港花果山景区属猴的游客可以凭身份证免费进入景区游览,而今年“三八”妇女节,该景区又推出了属猴的女性游客可以凭有效证件在8日至17日期间免费游览景区的活动,各方褒贬不一。

近年来,越来越多这样的新闻闯入人们的视线中。2012年7月,桂林某景区推出“夏日乐爱短裙”活动,活动规定只要年满18周岁的女性游客所着短裙不超过38厘米,便可享受半价入园的优惠政策。今年2月,河南某景区开业,有客人巨额拍得“帝王头汤”,现场扮作帝王与妃嫔、宫女共浴。甚至有网友评论说,“皇帝”戴明代帽子,“宫女”却是清朝装扮,这也太没专业精神了吧!“帝王头汤”逐渐演变成景区低俗炒作的代名词。这类景区的营销炒作方式虽然在短期内赢得了大众的关注,却让大众感到反感,失去了游客的心。

正方:

营销创意 “心眼”双收

今年春节和连云港花果山同时出现在报纸上的还有另一景区——湖南岳阳楼景区。正月初一至初十,这个历史悠久的全国5A级景区发起了“背《岳阳楼记》领免费门票”的活动,古老的岳阳楼仿佛也因活动重新焕发了青春与活力。为期10天的活动,万名游客参与活动,有6000余名游客成功领取到景区门票。

“我既能背了岳阳楼记,长了知识,又能免了门票,何乐而不为呢?”背诵了《岳阳楼记》成功领取门票的陈先生这样告诉记者说。湖南岳阳楼因范仲淹的《岳阳楼记》而举世闻名,然而这短短几百字却鲜有人能全文背诵。

中国古代文化博大精深,将我国文化精粹与景区自身的文化内涵相融,在推广景区的同时又促进了国学的普及,使两者相得益彰。不少网友表示,岳阳楼景区为其



他景区树立了一个好的榜样,希望景区多举办这类的活动。如果其他景区有类似的活动,自己也会积极参与其中。不难看出,优秀的营销创意,不仅赢得游客的关注更俘获了他们的心。

■专家观点

整合营销才能利益最大化

北京第二外国语学院旅游管理学院院长 邹统钎

目前,部分景区利用低俗手段进行炒作和“沾名人故里”两种方式进行营销。这类景区多为新开发的景区,不可否认的是,景区利用营销炒作手段在短期内确实吸引了游客及媒体的关注,提高了知名度,但从长远角度来看,这类营销炒作对景区有着较大的负面影响。

景区作为盈利方,追求经济利益无可厚非,但为了景区长远的健康发展,更应注意以下两点。一、发挥景区地方独特文化优势。我国历史悠久,各地风土人情各异,将文化内涵与景区结合能更好地发挥其优势。二、现代社会游客越来越注重个性化,符合游客的生活方式,满足其个性化需求的营销活动必然会受到游客的欢迎。如湖南的张家界景区推出“惊险路线”,在利用其险峻地形的同时又满足了游客的冒险心理,因此也受到了广泛的好评。

由于个别景区在营销过程中也会带动周边景区的客流,这种“溢出效应”导致景区不愿独立开展活动,整合营销便可将这种“溢出效应”转变为“打包销售”。山东省从2008年开始推出“好客山东”品牌,该品牌将省内十七个城市、部分县级旅游城市以及景区在内的80多

家单位进行整合推介,首创了我国“联合推介,捆绑营销”的品牌传播模式,这种整合营销的模式在将利益最大化的同时也将山东的文化推向全国。

做“唯一”不做“第一”

中国旅游营销专家委员会副会长 王衍行

首先,对于部分景区利用低俗手段进行营销的行为我们应严格抵制,相反,那些不断发掘文化内涵进行宣传营销的景区也应给予鼓励。景区营销成功与否关键在于景区口碑的形成,而口碑的形成又取决于两点因素。第一,景区应有独特的定位。第二,通过良好的服务建立景区的品牌形象。

根据游客的不同诉求,景区更应重视自身的唯一性即独特性卖点,而不是简单的追求各种“第一”,这也正是我国大部分景区目前所存在的误区。

我国正处于由观光游向度假游转变的过渡期间,针对这一趋势,景区更应在品质营销和环境营销两方面下功夫。针对不同目标消费群体进行营销手段的调整,提供优质的产品,才能取得良好的营销效果。另外,休闲度假游逐渐成为发展趋势,更多人将“休息”作为旅游的终极目的。例如武当山景区推出“问道武当山,养生太极湖”就将武当山的文化内涵与太极湖的休闲养生相结合,这也体现了景区的环境营销方式。

■他山之石

澳大利亚:世界上最好的工作

2009年,在全球金融危机的大背景下,澳大利亚昆士兰旅游局提供了一份“大堡礁岛屿看护员”的工作机会,只需要在风景如画的岛屿上散步、喂喂鱼、写写博客,六个月便可以得到15万澳元(约合70万人

民币)的薪酬,这份工作也被称为“世界上最美好的工作”。风景如画的岛屿、轻松的工作、丰厚的薪酬、简单的参与方式,多种因素相结合产生了强大的“化学效应”。最终,该活动不仅收获了超过8000万美元的媒介曝光价值,吸引超过3.5万名申请人,更将澳大利亚昆士兰州带上了国际舞台。

今年,澳大利亚旅游局又推出了“世界上最美好的工作”第二季,并联合六州及地区旅游局,提供6大工作岗位,每份工作合同为期六个月,薪酬价值达10万澳元(约合64万人民币)。

新西兰:100%纯净新西兰

新西兰至真至纯的自然景观一直是其旅游宣传的核心,而将自然景观与电影文化相融合也使其旅游宣传取得了巨大的成功。《霍比特人:意外之旅》的全球震撼上映,切实提升了新西兰旅游的国际影响。《霍比特人》三部曲奔波于新西兰南北两岛40多个不同地点进行取景拍摄,将新西兰的壮丽美景转变为电影中“中土世界”的旖旎风光。

同时,为新西兰旅游局“100%中土世界”和“100%纯净新西兰”推广活动所摄制的电视电影宣传片所展现的几处地点,也都曾出现在《霍比特人》中。

绚丽的风光也吸引了众多的中国游客。去年,中国旅游入境人数已超越英美,成为仅次于澳大利亚的第二大市场。

如何既吸引游客注意,又真正赢得游客的心?景区营销需要更多可以赢得美誉度的创意。

■旅途感言

我国丰富的自然资源、深厚的文化底蕴以及物产都是旅游产业的瑰宝。景区旨在吸引游客而开展各类营销活动无可厚非,然而各自为战终将是“一盘散沙”不能形成强大的竞争优势。另外,地区与民族间的文化差异使我国较难形成统一的品牌形象,但这种差异同时也是珍贵的旅游资源。

随着旅游产业的不断发展,区域旅游逐渐由单个景区的竞争上升为区域旅游目的地的综合竞争。面对这一转变,各地政府、旅游局应统筹所辖区内的旅游资源,深入挖掘该地区特有文化,使之与旅游资源相融合,开发出更有针对性的旅游产品,同时形成具有地方旅游特色的品牌形象。

只有在各地旅游局这个“将军”的带领之下,景区这盘“沙”才能形成合力,合理地开发、利用各种资源,形成旅游品牌,产生健康的、长远的经济、环境效益。



◎奥康国际董事长王振滔亲临现场,为零售精英们指点迷津。

■本报记者 何牧

对于急于创业的人来说,好机会来了!3月21日在成都举行的“中国零售业投资与发展高峰论坛”上,奥康国际正式宣布在四川、云南、贵州、重庆等华中省市地区提供1000个连锁专卖店的创业机会,打造出1000个“老板”。同时,奥康还在论坛上正式推出全新商业模式,以更多的优惠政策和经营支持帮助创业者圆“老板梦”。论坛结束后,众多零售精英前来咨询,当场便有多位零售精英表示愿意加入奥康创业队伍。

被誉为“将西方管理理念中国化”的管理专

召开公益论坛 推出新商业模式

家林健安则一针见血地指出:零售商是供应商与消费者的中介,在合作过程中,决定了货品好坏的供应商提供80%的价值,而零售商所能决定的价值只有20%。因此,找到合适的供应商至关重要。

论坛上,奥康国际董事长王振滔亦就奥康在零售连锁领域已有的成功经验和未来企业变革的思路,为参会者进行实例分析。据王振滔介绍,正是看到了鞋服零售业传统模式的增长乏力,奥康经过长期对零售业市场的调查和研究,针对鞋服零售业目前面临的费用高、库存大、毛利低三大难题,推出全新的商业模式:“你投资,我经营”。以更快速的物流配送,更专业的管理团队,快速回本,持续盈利,帮助创业者化解投资风险,确保可观的收益。同时,奥康还提出了以“快”为特色的“时尚流水线”以及“金牌店长俱乐部”的概念,为创业者提供最时尚的产品和最优秀的终端人才。

“上面陆教授讲的这几个难题我们在经营过程中确实都会遇到,问题我们也发现了就是不知道如何解决。这样的论坛刚好及时地为我们指明了将来应该如何来做零售,还真是‘不虚此行’。”来自四川都江堰的零售商潘玉良在听完专家们的分析与讲解之后颇为感慨地说道。而来自四川泸州的零售商赵国荣则对奥康的新商业模式非常感兴趣,

他说:“我一直都想扩大我的经营规模,但是又担心自己经营不好店铺,再加上现在什么都在涨,万一亏本了岂不是竹篮打水一场空。我来投资,奥康来帮我经营,这样正好弥补了我自身的经营短板,同时还保证我的投资收益。”

据了解,奥康是中国鞋行业连锁专卖的开创者,曾于1998年开设了中国皮鞋业第一家连锁专卖店。十多年来,奥康不仅在规模上日渐壮大,同时也一直保持着持续增长力。经过多年发展奥康已经积累了直营店管理的十多年的经验。这些经验对很多初次创业者或初入鞋业销售领域来说,是确保他们创业成功的宝贵支持。奥康在如何选址、进货、日常运营上积累的丰富经验,可以在这次的创业计划中成功复制给创业者。

据悉,该论坛已在长沙、温州等地举办,接下来还将陆续走进广州、太原等城市,旨在为更多零售经营者指点迷津。



◎中国零售业投资与发展高峰论坛现场

双星铸机:用服务让名牌闪光

■本报记者 何沙洲 通讯员 王立品

面对激烈的市场竞争,双星铸机公司市场业务人员用200%的服务,认真干好每一份订单,在市场上树立了良好的形象,为战胜2013年残酷的市场竞争打下基础。

背着干粮上市场

一次,双星铸机公司调试队员邢永全、逢淑涛为山东某客户安装调试设备时,因为出入一直背着包,引起了安保人员的怀疑,在经过大门口进行检查时,发现里面只有一块馒头和半瓶水。这是怎么

回事?

原来,该公司赢得了山东一家石油企业的一台钢管内壁清理机订单,派出邢永全、逢淑涛二人前往安装调试。来到现场后,他们发现客户工厂位于刚开建的开发区内,厂房还没有建好,时值寒冬,周围都没有避风的地方,就连屋顶的雪都可以直接落到设备上。虽然条件艰苦,但二人想到当前市场形势,每一份订单都来之不易,不能因为条件艰苦就不顾企业的信誉。于是,邢永全和逢淑涛坚持每天都加班工作。由于中午吃饭进出需要一个多小时,为节约时间,他们就早上进厂时背上食物和水,中午在现场吃饭,然后接着干。

客户听说后,专门来看望他们,看见二人蹲在零下好几度的设备现场啃着馒头,非常感动,对他们的工作精神非常敬佩。最终通过努力,二人提前10天完成了设备的调试,并一次性通过了客户的验收,用实际行动树立了双星名牌的市场形象。

名字被写进合同

近日,双星铸机公司在对客户合同进行评审时,发现有一条明确标注“由该公司调试人员王奉明负责对设备进行安装调试”。合同上怎么会写着具体的人名呢?

原来,以前大连某公司订购了一台清理设备,在设备调试完成进行验收时,客户接到

一批新订单,由于工件结构复杂,形状特殊,与原来的技术方案不符,万般无奈之下客户发来了求助信息。公司立即安排经验丰富的调试人员王奉明过去,到现场后,王奉明一待就是17个小时,研究设备改造方案,跑上跑下带头干,第一时间将设备改造完。改造完成后,王奉明发现客户是露天存放除尘器,这样设备使用后容易造成接触点短路,对此,和其他调试队员冒着零下10多度的严寒,晚上加班制作了一套接点保护装置,保障设备的运行。这件事让客户非常感动,现在该客户扩大生产规模,增开一条新的生产线,便主动和公司合作,并在合同中增加了要王奉明安装调试的要求。

遗失启事

1.新华保险公司曾莉,保险资格证遗失。资格证号:00200910510000002902。

2.会计证遗失。姓名:徐康玉,成都市财政局2000年12月1日颁发,证件号码:51011400005234。特声明原证件作废。

