

۵ شیوه کارآمد برای توسعه وبسایت‌های سفر

در سال‌های اخیر ذائقه گردشگری مردم تغییر کرده و بیشتر مردم خواهان کسب تجربیات جدید هستند. تعداد افرادی که سفر انفرادی را انتخاب می‌کنند، نسبت به نسل قبلی، به‌طور چشمگیری افزایش یافته است. مردم برای تجربه‌های جدید و ارزشمند، حاضرند پول بیشتری خرج کنند که خبر خوبی برای وبسایت‌های گردشگری است. اگر شما بتوانید اطلاعات درست را در زمان مناسب به گردشگران بدهید، احتمال اینکه نسبت به رقبای خود فروش بیشتری داشته باشید، زیادتر است. همه چیزهایی که در وبسایت سفر قرار می‌دهید، باید در راستای هدف اصلی هدایت شود؛ اطلاعات درست در زمان مناسب. با اینکه فرمول ثابتی وجود ندارد، اما در اینجا برخی از بهترین روش‌های عمومی را که در وبسایت‌های موفق گردشگری استفاده شده با هم بررسی می‌کنیم.

۱- روشن و واضح بودن فرم‌های جست‌وجوی خودآموز: جست‌وجو در قلب وبسایت‌های مسافرتی قرار دارد. اگر آن را به اصول اولیه متصل کنید، فرم جست‌وجوی شما باید به «کجا» و «چه زمانی» پاسخ دهد. با این حال، مهم است که مخاطبان هدف خود را به خاطر بسپارید تا تصمیم بگیرید کدام نوع فیلدها را در فرم جست‌وجو قرار دهید. به عنوان مثال، اگر از مسافران غیرمعمول پذیرایی می‌کنید، ایده خوبی است که در فرم اینترنتی فیلدی به نام «نوع تعطیلات» قرار دهید که به آنها اجازه می‌دهد مقصدهایی را که برای سفر انفرادی، کروز، پیاده‌روی و... مناسب است، جست‌وجو کنند.

۲- جامع، در عین حال نتایج جست‌وجوی غیرقابل پیش‌بینی: نتایج جست‌وجوی نادرست می‌تواند بر تجربه کاربر تاثیر بگذارد. نتایج جست‌وجوی شما باید اطلاعات کافی برای کاربران جهت مقایسه سریع را فراهم کند. در عین حال، رابط‌های کاربری باید به اندازه کافی، واضح و روشن باشند تا به تجربه خرید آنلاین آسیبی

نرساند. اینجا جایی است که کار با داده‌های کاربران می‌تواند مفید باشد. تجزیه و تحلیل داده‌های کاربران می‌تواند به شما در تشخیص ویژگی‌هایی که برای بازدیدکنندگان مهم‌تر است، کمک کند. به عنوان مثال، در مورد هتل‌ها، Wi-Fi رایگان یکی از مهم‌ترین عوامل است. در اینجا برخی از بهترین شیوه‌های سودمند برای به دست آوردن نتایج جست‌وجو را بررسی می‌کنیم:

• پیش‌نمایش عکس: با نشان دادن عکس هتل‌ها، بازدیدکنندگان راغب به دیدن عکس‌ها شده و صفحه جست‌وجو را سریع نمی‌بندند.

• اهمیت نوار جست‌وجو: نوار جست‌وجو همیشه باید در بالای صفحه باشد، زیرا به کاربران اجازه می‌دهد تا به سرعت معیارهای جست‌وجوی خود را ویرایش کنند.

• شخصی‌سازی: شخصی‌سازی می‌تواند نقش مهمی در نتایج جست‌وجو بازی کند. شما می‌توانید از کوکی‌ها برای نشان دادن نتایج مشابه بر اساس مرور رفتارهای گذشته افراد استفاده کنید. همچنین می‌توانید از ماشین‌های جست‌وجو برای پیشنهاد گزینه‌های ویژه به جمعیت‌های خاص بهره ببرید.

۳- شفافیت: بیش از ۵۰ درصد از خریداران آنلاین، پس از دیدن قیمت‌های نهایی، وبسایت‌های سفر را ترک می‌کنند. در حالی که شما می‌توانید برای خرید مقرون‌به‌صرفه پیشنهاد دهید و هزینه‌های پنهان یک مساله مرتبط با رزرو را بیان کنید. اگر می‌خواهید نرخ تبدیل بالاتر را در یک بازار رقابتی به دست آورید، مهم است که در هر مرحله از آن شفاف باشید. همچنین هزینه‌های اضافی برای Wi-Fi، مالیات توریستی یا هزینه لغو را ذکر کنید. اما چه روش‌هایی برای شفافیت وبسایت سفر وجود دارد؟

• ذکر بخش‌های رایگان: اگر Wi-Fi رایگان است، آن را ذکر کنید. این مساله کمک می‌کند تا یک خط روشن ارتباطی با بازدیدکنندگان ایجاد شود.

• تا حد امکان کامل باشد: اگر مبلغ رزرو تا تاریخ معینی بازپرداخت شود و پس از آن قابل برگشت نباشد، آن را به وضوح ذکر کنید. همین امر برای هرگونه هزینه اضافی که قابل اجرا می‌باشد نیز صادق است.

۴- شواهد اجتماعی: طبق گزارش TripAdvisor ، ۷۹ درصد از کاربران پیش از رزرو هتل به بررسی نظرات حداقل ۱۲ نفر دیگر می‌پردازند. بررسی‌ها نقش کلیدی در صنعت سفر دارد. به همین دلیل مهم است که نظرات کاربران را به‌طور برجسته در وب سایت سفر خود اضافه کنید. در اینجا برخی از بهترین شیوه‌ها برای انجام این کار وجود دارد:

• برای ادغام شخص ثالث گام بردارید TripAdvisor: یکی از معتبرترین وبسایت‌های بررسی سفر است. ادغام API های شخص ثالث بهترین راه برای افزودن نظرات واقعی در وب سایت شماست.

• فیلتر نظرات: به بازدیدکنندگان اجازه دهید بررسی‌ها را با توجه به هتل‌های دارای امتیاز بالا، مقصدها و غیره با فیلترهای موردنظرشان انجام دهند.

• ترویج راه دیداری: برای اضافه کردن اعتبار بیشتر به وب سایت خود، اضافه کردن بررسی‌های ویدئویی را در نظر بگیرید. می‌توانید از مسافران درخواست کنید نظرات ویدئویی خود را در وب سایت به اشتراک بگذارند.

۵- فروش یک تجربه: برای افراد نسل دهه ۱۹۸۰ تا اوایل ۲۰۰۰ به ویژه در ایالات متحده، تجربیات بر مالکیت تقدم دارد. برای تمایز وبسایت سفرتان از دیگران، ایده خوبی است که به جای پورتال، مقصد و

تجربیات را به فروش برسانید. به عنوان مثال، فرم جست و جو را براساس تجربیات سفرهای مختلف، شامل مواد غذایی، پیاده روی، ماهیگیری، و غیره که مردم می توانند موارد مختلف را انتخاب کنند، طراحی کنید.

علاوه بر تمام موارد فوق، بهترین شیوه های عمومی برای یک تجربه کاربری عالی شامل اتخاذ رویکردی برای تلفن همراه است. سرمایه گذاری در تصاویر با کیفیت و توجه به زمان بارگذاری وبسایت در تلفن های همراه بسیار ارزشمند است.

لیلا حامدی / مدرس و مشاور گردشگری