

چه چیزهایی در ایران برای گردشگران خارجی جذابه؟

مدرس فدراسیون جهانی راهنمایان گردشگری WFTGA با اشاره به تجارب خود در جهانگردی و سفر به ۶۵ کشور جهان، تسلط به زبان انگلیسی و تولید محتوا در شبکه‌های مجازی را کلید رونق گردشگری دانست.

عرفان فکری در نشست کانون تفکر گردشگری دانشگاه یزد که پیرامون نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و مجازی در کسب و کارهای گردشگری برگزار شد، در این رابطه بمباران اطلاعاتی شبکه‌های مجازی را علت تبدیل محتوای گردشگری از عکس و متن به فیلم دانست و افزود: حضور در شبکه‌های اجتماعی نظیر یوتیوب با یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون کاربر و اینستاگرام با یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون کاربر، با معرفی کشور به دنیا سبب کسب درآمد نیز می‌شود.

وی از تولید محتوای جذاب و متفاوت برای گردشگران خارجی به وسیله فیلم‌سازی، به عنوان استراتژی طلایی یاد کرد و روایت‌گری و انتخاب عنوان مناسب را تکمیل‌کننده تولید محتوا دانست.

فکری در ادامه تحقیق در فرهنگ گردشگران خارجی، آشنایی با صفحه‌های مجازی غیر ایرانی، آشنایی با الگوریتم شبکه‌های اجتماعی و عضویت در تمام شبکه‌های مجازی را در جهت توسعه کسب و کار گردشگری لازم دانست و تصریح کرد: تجربه تفاوت‌ها نظیر تفاوت‌های مذهبی کشور از جذابترین موارد برای گردشگران خارجی است و باید این تفاوت‌ها به درستی شناخته و از آن در جهت جذب گردشگر استفاده شود.

وی آموزش فیلم‌سازی و شکستن قالب‌های سنتی را برای تولید محتوای مناسب ضروری عنوان کرد.

فکری در پاسخ به سوالی پیرامون مشکل اصلی عدم تولید محتوای متمایز با توجه به بافت بی‌نظیر یزد اظهار کرد: تمرکز بر ارائه برنامه متفاوت، ترغیب جهانگردان و گردشگران و شهروندان عادی به خصوص دانشجویان به تولید محتوای مطلوب و عرضه آن در شبکه‌های پربازدیدکننده، راهکاری در جهت توسعه گردشگری استان است.

مدرس فدراسیون جهانی راهنمایان گردشگری با تاکید بر مفهوم «مهندسی معکوس»، آن را برای توسعه گردشگری استان یزد مفید دانست.

وی با تاکید بر تجربه جهانی به دست آمده در قالب مهندسی معکوس، تولید محتوا بر اساس نیازهای دیگران و نه خواسته‌های ما، شیوه درستی برای تمرکز بر محتوای درست در حوزه گردشگری دانست.

به گفته فکری، رویدادهای کوچک و به ظاهر بی‌اهمیت برای ما، می‌توانند جذاب‌ترین رویدادها برای گردشگران خارجی باشند.

منبع: عرفان فکری-خبرگزاری ایسنا