

## اهمیت وبلاگ‌ها برای رسیدن به اهداف گردشگری

در حوزه علمی، گردشگری موضوعی است که به‌طور فزاینده مورد علاقه پژوهشگران است. به‌طور مشخص، مطالعات مختلفی بر اهمیت ارتباطات در زمینه گردشگری انجام شده است.

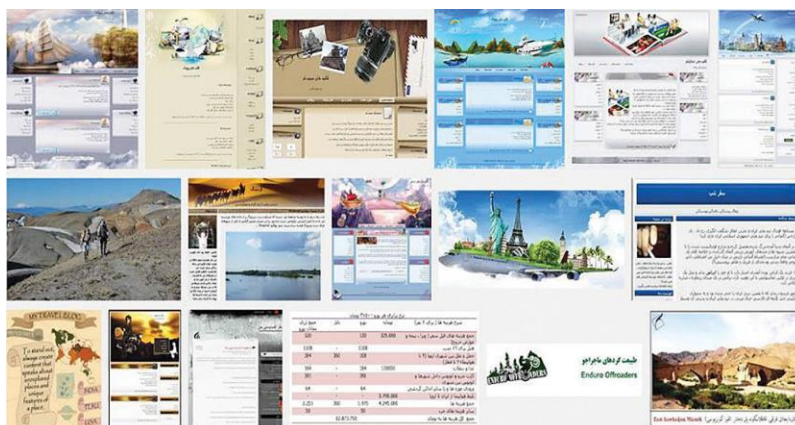
در حقیقت، گردشگری توسط فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICTs) تغییر کرده است؛ به‌طور مثال تعامل بین شرکت‌ها و مشتری از این دسته‌اند. جهانی شدن گردشگری نیز در زمینه عرضه و تقاضا با فناوری اطلاعات و ارتباطات افزایش یافته است. روشن است ورود اینترنت باعث افزایش فرصت‌هایی برای تسهیلات محل اقامت شده است. در حال حاضر، هتلداران کاملاً از مزایای استفاده از اینترنت برای کسب و کارشان آگاهند. اهداف مشخصی وجود دارد که می‌توان بدون مشکلات ناخواسته به آن دست پیدا کرد. با وجود وب‌ها، مدیران هتل به راحتی می‌توانند اصول اولیه بازاریابی را به کار گیرند تا میهمانان هم از خدمات آنلاین استفاده کنند و هم از اعتبار آنلاین بهره ببرند. با استفاده مناسب، نتایج مثبت متعددی به وجود می‌آید. وبسایت‌های کارآمد به خوبی می‌توانند بهترین رسانه برای ایجاد روابط با مشتریان، ساختن نام تجاری هتل و حفظ مشتریان و تشویق مجدد به بازدید باشند.

برای بازاریابی گردشگری، رسانه‌ها شامل یک ارزش استراتژیک هستند. در اینجا باید اشاره شود که شاغلان و نظریه‌پردازان صنعت گردشگری به پتانسیل وبلاگ‌ها به‌عنوان ابزاری برای تحقیق و ارتقای مقاصد گردشگری علاقه‌مندند. طبق گفته سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل (UNWTO) بنیاد Themis، رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در بخش گردشگری دارند. در هنگام گزارش یک رویداد، انتشار حقایق، پیام‌ها، نظرات و عکس‌ها از طریق توییتر، فیس‌بوک، وبلاگ‌ها، فلیکر و سایر سیستم‌عامل‌ها اهمیت دارد. این موسسه اضافه

می‌کند که مصرف‌کنندگان و همچنین روزنامه‌نگاران از این سیستم‌عامل‌ها برای بازیابی اطلاعات استفاده می‌کنند، در حالی که شرکت‌ها و مقصدها در حال یادگیری برای کار کردن به صورت حرفه‌ای و مناسب با آنها هستند.

در حقیقت، در سال‌های اخیر، ظهور شاهراه اطلاعاتی اینترنت به طور چشمگیری صنعت گردشگری را تغییر داده است؛ تغییرات اساسی در نحوه توزیع اطلاعات مربوط به گردشگری و نحوه برنامه‌ریزی و نحوه مسافرت رفتن را دربرمی‌گیرد. به طور کلی نگاهی به روند سفر در تعطیلات، نشان داد که کاربران فعال رسانه‌های اجتماعی از سوشال مدیا برای ۶ موضوع اصلی در طول سفر خود استفاده می‌کنند؛ الهام، همکاری، تصمیم‌گیری، بیان خود، ارتباط و سرگرمی. «باید خاطر نشان کرد که در حوزه گردشگری، مصرف‌کنندگان اغلب برای وبلاگ‌ها نسبت به ارتباطات بازاریابی سنتی اعتبار بیشتری قائل هستند.

**چند دلیل برای مراجعه به وبلاگ‌ها**



نظرات مثبت در مورد شهرها اهمیت دارد، زیرا وبلاگ‌ها به عنوان یک منبع اطلاعاتی مهم برای دریافت مشاوره و پیشنهادهای سفر توسط گردشگران بین‌المللی استفاده می‌شوند. علاوه بر این، هنگام خواندن و به اشتراک‌گذاری تجربیات سفر از طریق وبلاگ‌ها، تمایل به سفر و بازدید از همان مقصد در دیگران ایجاد می‌شود. در میان نتایج حاصل از نظرسنجی‌های مختلف، نگاهی بیندازیم به چندین دلیل که مردم وبلاگ‌های سفر را می‌خوانند:

- برای دریافت ایده در مورد مقصدهایی که ممکن است در آینده قصد بازدید از آن را داشته باشند.

- برای دریافت اطلاعات در مورد مقصدهایی که قبلاً برنامه‌ریزی کرده‌اند.

- صرف وقت برای خواندن داستان‌های جالب در مورد مکان‌های مختلف.

بدیهی است که وبلاگ‌های سفر می‌توانند هم به عنوان یک منبع اطلاعاتی در مورد مقصد مورد علاقه افراد و هم انگیزه برای انتخاب یک مقصد خاص عمل کنند. مثلاً برای پورتو به عنوان یک مقصد گردشگری این موضوع صحت دارد. باید اضافه کرد که بازاریابان گردشگری نیازمند وبلاگ‌ها را به عنوان یک پدیده تکنولوژیکی جدید با پیامدهای بازاریابی و ارتقای یک مقصد درک کنند. با رشد سریع فناوری اینترنت، درک

وبلاگ‌های سفر و پیامدهای آن در بازاریابی مقصد برای بازاریابان جهانگردی و صنعت گردشگری حیاتی است. حالا این باور وجود دارد که اینترنت، به‌عنوان یک پلت فرم ارتباطی، گردشگری را تغییر داده است. در این زمینه، بازاریابی آنلاین به وجود آمده است. محققان و متخصصان بر این باورند که وبلاگ‌های سفر و گردشگری بر تصمیمات گردشگران تاثیر می‌گذارند.

در نتیجه، در پرتغال و در سراسر جهان، بخش گردشگری به‌طور فزاینده‌ای بر این وبلاگ‌ها برای معرفی مقصدهای خاص گردشگری تکیه می‌کنند. در چند سال گذشته، شهر پورتو چند جایزه مرتبط با گردشگری بین‌المللی به دست آورده است، زیرا شورای شهر پورتو اعتبار زیادی به وبلاگ‌ها می‌دهند. سایر سازمان‌های پرتغالی مانند VisitPortugal و انجمن گردشگری پورتو و سازمان گردشگری پرتغال شمالی نیز با وبلاگ نویسان همکاری می‌کنند. در قسمت بعدی مقاله که هفته آینده منتشر می‌شود، موفقیت‌های شهر پورتو پرتغال از طریق وبلاگ‌ها را با هم بررسی می‌کنیم.

لیلا حامدی / مدرس و مشاور گردشگری

منبع : دنیای اقتصاد