

## تجربه سوئد در همکاری کمپین مجازی با Airbnb

سایت AirBnB به عنوان وبسایتی که مردم در آن مکان‌های اقامتی را کرایه می‌دهند، مکان‌های شگفت‌انگیز و منحصر به فردی به گردشگران پیشنهاد می‌دهد؛ از کابینی در Cornwall تا کلبه‌های درختی در هاوایی. حالا مخاطبان بسیاری از سراسر دنیا اقامت خود را در جریان هر سفر، از طریق سایت AirBnB انجام می‌دهند. این کار به آنها این فرصت را می‌دهد که هم ارزان‌تر سفر کنند و هم با آدم‌های بیشتری در مقصد سفر خود آشنا شوند. اما آخرین لیست منتشر شده این سایت پیشنهادهای به مراتب غیرمعمول‌تری دارد؛ مثلاً ترویج برند سوئد به عنوان مکانی غایی برای اقامت. این بخشی از مشارکت جدید Airbnb با کمپین «سوئد را ببینید» (Visit Sweden) است که هدف آن جذب مسافران بین‌المللی به کشور سوئد است. بنابراین، چگونه است که هیأت بازرگانی گردشگری، رشد و توسعه بهره‌وری را در اقتصاد مشارکتی نشان می‌دهد؟

### افزایش آگاهی نسبت به رزرو

حمایت از اقتصاد مشارکتی برای هیأت‌های بازرگانی گردشگری غیرمعمول است. با حمایت‌های زیاد دولت این انتقاد به وجود می‌آید که این پشتیبانی می‌تواند تأثیری منفی بر جوامع و کسب‌وکارهای محلی داشته باشد. با این حال، همکاری کمپین «سوئد را ببینید» در ایجاد آگاهی بخشی، به جای تشویق به رزرو واقعی است. در حقیقت، از زمان آغاز فعالیت کمپین، هیچ افزایش نرخ اقامتی در سوئد به وجود نیامده است. این کار تنها یک

کمپین بازاریابی است که توسط Airbnb از ۹ منطقه سوئد، از جمله کوه‌های سارک و پارک ملی Skuleskogen، منتشر می‌شود. این کار براساس اصل «Allemansrätten» است که یک قانون محافظت شده است و می‌گوید مردم برای پرسه زدن در طبیعت آزاد هستند. اساساً، این اصل به این معنی است که هر کسی اجازه راه رفتن، دوچرخه سواری، اسکی و کمپ زدن را روی هر زمینی، جدا از باغ‌های خصوصی، یا در نزدیکی محل اقامت خصوصی یا زمین‌های زیر کشت دارد.

محتوای تولید شده در یک میکروسایت و در صفحه اصلی کمپین «سوئد را ببینید» و رسانه‌های اجتماعی منتشر می‌شود و به معنی تایید کمی از محصول Airbnb است. اما چیزی که واقعاً برای Airbnb مفید است، چیست؟ از آنجا که نام این برند در سال‌های اخیر تنها در بخش تور و فعالیت‌های مرتبط با سفر مطرح و گسترش یافته است، به نظر می‌رسد اینکار فرصتی به Airbnb می‌دهد تا خود را به عنوان سرچشمه مقاصد به جای صرفاً یک سایت رزرو مستقیم هتل مطرح کند. همان‌طور که تمرکز این کمپین عمدتاً مبنی بر تجارب سفر است نه محل اقامت، به خوبی با هدف جدید Airbnb منطبق است. در یک مفهوم کلی‌تر، خصوصیت کمپین «سوئد را ببینید» با شعار «متعلق به هر کجا» با برند Airbnb که با اصل «آزاد به پرسه‌زنی» است، مرتبط است. البته، در حالی که این طرح عمدتاً برای الهام بخشیدن به افراد طراحی شده، این کمپین باعث می‌شود که تبلیغی برای محل‌های اقامتی (در سایر نقاط سوئد) باشد و به کاربران اجازه می‌دهد اگر دوست دارند با یک کلیک مکان‌های اقامتی را جست‌وجو و رزرو کنند.

## جذب مسافران روشنفکر

برای کمپین «سوئد را ببینید» که احتمالاً بودجه هنگفتی ندارد، این مشارکت فرصتی به آن داده تا از نفوذ Airbnb و در واقع از پایگاه بزرگ مشتریان آن استفاده کند. کشور سوئد دارای شهرت برای کمپین‌های بازاریابی پیشرفته و خلاق است. کمپین «Swedish Number» شامل راه‌اندازی یک شماره تلفن ملی بود؛ به‌طوری که هر کسی می‌توانست با این شماره تماس بگیرد و به‌طور تصادفی با یک سوئدی صحبت کند. در این خصوص گزارش شده که معادل ۱۴۷ میلیون دلار در پوشش رسانه‌های بین‌المللی به دست آورده است. با معرفی کشور سوئد به‌عنوانی مکانی برای اقامت رایگان، کمپین «سوئد را ببینید» سرمایه‌گذاری دیگری کرده تا افراد از طریق Airbnb دسترسی بیشتری پیدا کنند و عموم افراد آن را ببینند.

## آموزش جوامع محلی

از سوی دیگر، این کمپین در حالی به‌عنوان «اولین نوع همکاری» توصیف شده و فعلاً در شرایط بازاریابی است، که اولین بار نیست هیات بازرگانی گردشگری کشوری با Airbnb همکاری می‌کند. هیات بازرگانی گردشگری آنگویلا اخیراً برای ترویج مقصد کارائیب در سطح جهانی با این شرکت شروع به همکاری کرده است. این کار Airbnb برای همکاری با دولت آنگویلا برای جذب تعداد بیشتری از بازدیدکنندگان و همچنین افزایش سطح اشتغال در جزیره توصیف شده است. در عین حال این شرکت با هیات‌های گردشگری مبتنی بر شهر، مانند انجمن مسافرتی سان فرانسیسکو، همکاری کرده است. دلیل اصلی این است که فرصت گسترش گردشگری در مناطق کمتر شناخته‌شده را همراه با نشان دادن کسب‌وکارهای کوچک و همچنین ترویج تجربه «زندگی مانند افراد محلی» مرسوم می‌کند. این کار علاوه بر افزایش تاثیر مثبت، نتایجی همچون تمایل به

آموزش جوامع در مورد اقتصاد مشارکتی و کاهش هرگونه ادراک منفی در مورد برندهایی همچون Airbnb  
است و به رشد سرمایه‌گذاری آنها کمک می‌کند.

لیلا حامدی / مدرس و مشاور گردشگری