



اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

محل برگزاری دانشکده شهید مفتاح همدان

۳۰ آبان ۱۳۹۲



بازاریابی از طریق تلفن همراه و استراتژی های تبلیغاتی در صنعت گردشگری و
مهمان نوازی

دکتر علی اکبر امین بیدختی^۱، فتانه جوهری*^۲، نرگس اکرمی صومعه بزرگ^۳

^۱دکتری مدیریت و عضو هیأت علمی دانشگاه سمنان aaminbeidokhti@semnan.ac.ir

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی، دانشگاه سمنان fattjohari.tourism@gmail.com

^۳دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی برنامه ریزی و توسعه، دانشگاه سمنان nargesakrami@hotmail.com

چکیده

بازاریابی و تبلیغات از طریق تلفن همراه، با استفاده از دستگاه های تلفن همراه، به یک عامل مهم در ایجاد استراتژی های بازاریابی تبدیل شده است. بدون استراتژی های مناسب بازاریابی و تبلیغات با تلفن همراه، صنعت گردشگری و هتل از روند رو به رشد مصرف کنندگان این صنعت باز خواهد ماند. این مقاله به بررسی استراتژی های بازاریابی و تبلیغاتی با تلفن همراه به عنوان یک کانال بازاریابی مورد استفاده در ترویج محصولات و خدمات گردشگری و هتل پرداخته میشود.

امروزه مقاصد گردشگری با استفاده از فن آوری های جدید به ترویج محصولات و خدمات گردشگری خود روی آورده اند. این مقاله به بررسی نقش بازاریابی بوسیله تلفن همراه به عنوان استراتژی ای جدید برای ترویج محصولات و خدمات گردشگری پرداخته و همچنین به بررسی مزایا و معایب آن، اثر آن بر زنجیره عرضه و تقاضای گردشگری و همچنین به تخمینی از میزان پیشرفت این کانال در آینده پرداخته میشود.

علاوه بر این، این مقاله به تجزیه و تحلیل برنامه های کاربردی تلفن همراه به عنوان یک ابزار جدید برای تبلیغات در صنعت گردشگری و هتل می پردازد.

با افزایش دستگاه های تلفن همراه به طور مداوم، برنامه های کاربردی تلفن همراه می تواند یک نقش کلیدی در ارسال پیام های به موقع به مصرف کنندگان در زمان و مکان مناسب، ایفا کند.

این مقاله در توسعه استراتژی های بازاریابی تلفن همراه در صنعت گردشگری و مهمان نوازی مفید میباشد. بازاریابی از طریق تلفن همراه به طور بالقوه ای در حال رشد است و میتواند به طور کامل انواع متعارف و سنتی تبلیغات را تغییر دهد.



اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

محل برگزاری دانشکده شهید مفتاح همدان

۳۰ آبان ۱۳۹۲



کلمات کلیدی: بازاریابی با تلفن همراه، استراتژی های تبلیغاتی، برنامه های کاربردی تلفن همراه، صنعت گردشگری و مهمان نوازی

مقدمه

با روند رو به رشد اینترنت، تلفن همراه و تلفن های هوشمند جدید، سبب ایجاد نوع جدیدی از اشکال تبلیغات در گردشگری و مهمان نوازی شده است. نظریات بازاریابی در ده سال گذشته، به میزان قابل توجهی تغییر کرده است. تغییرات تکنولوژیکی به شدت تحت تاثیر رفتار مصرف کنندگان و مشتریان قرار گرفته، بطوری که کارشناسان بازاریابی را با چالشی عمده در طراحی استراتژی های بازاریابی مواجه ساخته است. امروزه بازاریابان بایستی استراتژی های جدید خود را به گونه ای طراحی کنند که در محیط مدرن قابل اجرا باشد. استفاده از اینترنت از طریق تلفن همراه توسط کاربران بسیار مورد توجه قرار گرفته، بگونه ای که هتل ها و شرکت های گردشگری که برای تبلیغات از طریق تلفن همراه بهره مند شده اند، یک راه سریع تر و آسان تر را در جذب مهمانان بیشتر یافته اند.

فناوری سبب شده شرکت ها در بازار رو به رشد گردشگری به خوبی قادر به جمع آوری اطلاعات مربوط به مصرف کنندگان، مهمانان، رقبا و غیره باشند. بخشبندی بازار گردشگران و انطباق الزامات مورد نیاز گردشگران در هر بخش از هتل و صنعت گردشگری، سبب تعدیل بازار شده و مشتری را قادر به انتخاب پکیج مورد علاقه خود میسازد. امروزه ظهور فن آوری های جدید و ارتباطات از طریق تلفن همراه سبب میشود که مهمانان بالقوه و فعالین اقتصادی مستقل از مکان و زمان گرد هم جمع شوند. تلفن همراه به بخشی جدایی ناپذیر از زندگی ما تبدیل شده، بطوری که نتایج حاصل از مطالعات متعدد نشان می دهد که افراد بیشتر به استفاده از دستگاه های تلفن همراه علاقه مندند تا رایانه های شخصی. ارتباطات از طریق تلفن همراه بسیار دقیق و مطلوب بوده و همچنین با نیازهای کاربران و مهمانان بالقوه سازگار است. این عامل باعث ایجاد کیفیت منحصر به فرد از رابطه و سازگاری فعالیت های تبلیغاتی شرکت ها می شود.

تبلیغات از طریق تلفن همراه نقش مهمی در پیشبرد گردشگری ایفا میکند. بازاریابی به وسیله تلفن همراه از بسیاری از رسانه های پیشین شخصی تر و خصوصی تر است زیرا وسایل بی سیم همیشه و در همه مکان ها همراه فرد هستند و فرد به شکل متناوب از آن ها استفاده می کند. از طرفی این تجهیزات تنها به یک نفر تعلق دارند. بنابراین پیام های بازرگانی در همان حال که به شکل مشخص یک کاربر مجزا را هدف قرار می دهند برای مجموعه بزرگی از مشترکین ارسال می شوند. تعداد افرادی که از طریق تلفن همراه، به دنبال هتل ها و رستوران ها هستند، رو به افزایش است، حتی از لحظه ای که آنها در فرودگاه فرود می آیند. اگر چه شرکت ها هنوز هم به بودجه های کثیری برای تبلیغات در تلویزیون، رادیو، تراکت و وب سایت ها صرف میکنند، اما جهت بازگشت هر چه بیشتر سرمایه باید به تبلیغات از طریق تلفن همراه روی آورد.