

旅游产品营销创意与案例课程大纲介绍

【授课老师】周洪超

【课程背景】

随着旅游业的发展，产品供给日益丰富，游客选择的空间越来越大，市场竞争日益激烈，而旅游需求却发生着急剧变化，且往往难以预测；同时，旅游者的消费经验也日渐丰富，传统的旅游营销已很难吸引游客的注意，激发其旅游动机。

在旅游业中加入创意元素备受关注，旅游营销对概念创意和形式创意的依赖度越来越高，旅游创意营销随之产生。而科技进步，特别是网络、信息、数字技术等又为旅游营销的创意表现提供了可能，本课程结合国家旅游发展战略，重点突出的五大创新、推进 8 大类特色旅游目的地建设、优化旅游产品结构，创新旅游产品体系的基础上，结合旅游需求，重点讲解张家界旅游建市走向世界的营销创新、山地花园省、多彩贵州风等案例的介绍。

【培训对象】

企业董事长、总经理、营销总监

【课程时间】2 天

【授课方式】

问题分析+理论讲解+案例分析+互动思考+小组讨论+模拟演练+现场提问答疑

【学习收获】

- 1、充分认识迎接大众旅游新时代黄金时期紧迫感；
- 2、掌握旅游营销提升的 5 大创新举措；
- 3、优化本企业的产品结构和创新旅游产品体系；
- 4、全面了解张家界旅游发展战略之路。

第一节 旅游战略发展

一、迎接大众旅游新时代黄金时期

- (一) 从穷山恶水到金山银山
- (二) 全面建成小康社会深入推进
- (三) 良好外部环境有利于我国旅游业发展
- (四) 五大理念释放旅游大发展；
- (五) 旅游业为战略性支柱产业；
- (六) 旅游业为五大幸福产业之首；

二、实施旅游业三步走战略，奋力迈向世界旅游强国目标；

- (一) 十三五旅游业发展主要指标；

(二) 我国旅游业呈现五大发展趋势；

(三) 十三五期间旅游业的挑战

三、旅游重点突出的五大创新

(一) 主体创新提高发展新效能；

(二) 理念创新构建发展新模式；

(三) 产品创新扩大旅游新供给；

(四) 业态创新拓展发展新领域；

(五) 技术创新打造发展新引擎；

四、推进 8 大类特色旅游目的地建设

(一) 山岳旅游目的地

(二) 海岛旅游目的地

(三) 湖泊旅游目的地

(四) 湿地旅游目的地

(五) 草原旅游目的地

(六) 沙漠旅游目的地

(七) 古村旅游目的地

(八) 民俗风情旅游目的地

五、优化旅游产品结构，创新旅游产品体系

(一) 推动精品景区建设；

(二) 加快休闲度假产品开发；

(三) 乡村旅游；

(四) 红色旅游；

(五) 自驾车旅居车旅游；

(六) 海洋及滨水旅游；

(七) 加快冰雪旅游；

(八) 培育低空旅游。

六、建设旅游强国是每个人的责任与使命所在

第二节 旅游发展需求分析与营销创新

一、旅游发展需求分析与营销创新

研讨：天下山水美不美，全靠导游那张嘴？

二、旅游景区发展存在的主要问题

- (一) 参与旅游产业发展力量不强，合力不够；
- (二) 景区开发较晚旅游服务配套设施相对缺乏；
- (三) 旅游宣传口号不够响亮，缺乏系统营销；
- (四) 旅游同质化竞争激励；
- ~~(五) 旅游专业人才缺乏；~~

二、 旅游产品营销创意之路

- (一) 调查分析
- (二) 确定目标市场
- (三) 市场定位
- (四) 产品策略
- (五) 价格策略
- (六) 渠道策略
- (七) 促销策略
- (八) 推广策略
- (九) 网络营销

案例：管理咨询项目讲解

四、 旅游产品营销创新层次

- (一) 旅游三位一体提升旅游品牌服务
- (二) 丰富多样的旅游新业态来满足不断变的四大旅游需求；
- (三) 旅游市场四大细分市场；

案例：聘请景区导游十大目标客户；

案例：万峰山景点策划；

- (四) 始终坚守如何提升业绩，达成营收目标

研讨：如何有效提升业绩

五、 销售管理提升模型图

- (一) 调研分析
- (二) 销售体系设计
- (三) 培训辅导
- (四) 团队训练

研讨：什么是好行业

第三节 旅游产品营销案例

一、走进张家界

- (一) 张家界因旅游建市；
- (二) 两大主体旅游产品，九大辅助旅游产品体系；
- (三) 张家界旅游产业链大融合；
- (四) 旅游品牌和旅游形象更加凸显
- (五) 5大媒体渠道宣传
- (六) 举办十大系列旅游营销活动

二、十大创意营销事件

- (一) 不花一分钱，制造天大的动静——“阿凡达”事件
- (二) “穿越天门，奔向21世纪”的世界特技飞行大奖赛
- (三) “定海神针”投保1个亿
- (四) 蜘蛛人“阿兰·罗伯特成功攀岩“天门洞”
- (五) 赛买提·艾山在天门山成功挑战世界最大坡度走钢丝极限
- (六) 卡通市长助推乡村音乐节
- (七) 翼装侠飞天门
- (八) “憋神”宝峰湖潜水
- (九) 蜘蛛人裸攀草泥马峰。
- (十) “一字一万”，张家界大峡谷玻璃桥全球征名。

研讨：只有淡季的思想，没有淡季的市场

三、2016年旅游市场依然火爆

- (一) 六点成果经验分享；
- (二) 旅游发展的资源与品牌优势；
- (三) 旅游发展劣势

四、建设世界旅游精品是张家界未来发展的战略目标；

- (一) 张家界旅游发展七大战略
- (二) 创新旅游营销管理
 - 1、完善旅游营销管理体制机制；
 - 2、探索和创新适应旅游转型升级的营销方式；

五、项目主导战略，实现“大项目支撑大旅游，大项目促进大发展”。

- (一) 完善旅游产品结构体系；
- (二) 优化旅游客源市场结构
- (三) 扩大国际交流与营销；

第四节 山地公园省 多彩贵州风

一、山地公园省 多彩贵州风

- (一) 全域旅游
- (二) 绿色旅游
- (三) 高产旅游
- (四) 满意旅游
- (五) 旅游+

二、以“六全理念”发展贵州全域旅游

- (一) 全景式打造
- (二) 全季节体验
- (三) 全产业发展
- (四) 全方位服务
- (五) 全社会参与
- (六) 全区域管理

三、山地玩都 百花兴义

- (一) 山地玩都 百花兴义的战略发展；
- (二) 肩负五大使命责任
- (三) 快速急驰前进，承受着成长中的苦恼

研讨：对我们自己而言是机遇还是危机

四、集团化上市目标的发展模型图

- (一) 公司大发展员工有前途
- (二) 搭建组织运营平台，激活内部人才
- (三) 旅游景区人力资源管理咨询项目成果展

第五节 佳木斯文化产业发展定位与发展目标

一、佳木斯文化产业发展定位与发展目标

二、产业空间布局，以“大、新、奇、特、精”的特色文化消费项目

三、发展文化休闲旅游业，重点开发十大旅游产品

研讨：佳木斯的旅游产业营销整合思路研讨