

ВИРТУАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ - НЕ ТОЛЬКО МАРКЕТИНГОВЫЙ ТРЕНД



Представьте себе возможность пережить уникальный опыт путешествия, находясь далеко от места назначения? Тур индустрия приучила заказчика сравнивать одно предложение с другим, и новые технологии могут в значительной степени облегчить этот процесс.

Сегодня говорится о социальных сетях как о прорывном механизме в туристической отрасли; однако в последние годы благодаря предложению многих туристических агентств появилось много инновационных цифровых технологий. Так обстоит дело с виртуальной реальностью.

Маркетинговая стратегия

Виртуальная реальность была признана идеальной маркетинговой стратегией для воздействия на потребителей как во время планирования поездки, так и в процессе принятия решений.

В первом случае виртуальная реальность особенно полезна, поскольку она предлагает туристам доступ к информации о пункте назначения более точно и надежно. Это становится еще более очевидным, если сравнить процесс планирования по каталогам, диптихами или даже с помощью веб-сайтов.

Столкнувшись со всеми этими элементами, виртуальная реальность добавляет новые измерения, такие как взаимодействие или представление ощущений. Кроме того, эксперты утверждают, что это повышает осведомленность и чувство привязанности к месту назначения.

Что касается принятия решений о поездке, то, что виртуальная реальность значительно облегчает этот процесс, добавляя к рациональному решению потребителя эмоциональный аспект. То есть, если до сих пор цена играла ключевую роль для принятия решения, виртуальная реальность позволяет включить новый фактор: внутреннее желание (мотивацию) путешественника посетить определенное место назначения.

Все эксперты сходятся в том, что виртуальная реальность способна вызывать сильные эмоции, стимулируя чувства потребителей, позволяя им переживать определенные ощущения.

Виртуальный туризм - вещь в себе

То, что начиналось как маркетинговая техника для потенциальных путешественников, чтобы визуализировать места назначения для получения более полного знания перед поездкой, в конечном счете может стать туристическим предложением.

Некоторые туристические компании и агентства уже предлагают этот тип виртуальных 360° путешествий своим клиентам, с симуляциями поездок, очень похожими на видеоигры. Необходимо помнить, что будущее туризма направлено на персонализацию впечатлений, а виртуальная реальность позволяет точно создать уникальное и адаптированное предложение для каждого клиента, которым также можно пользоваться в любое время и в любом месте.

Article link: <https://www.tourism-review.su/virtualni-turizm-trend-news11144>