

МЫ УПРОСТИЛИ МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА



Когда речь идет о туризме, коммуникация и прозрачность имеют огромное, иногда даже жизненно важное значение для завоевания доверия партнеров, клиентов и развития бизнеса. Языковые и межкультурные барьеры были и остаются существенным сдерживающим фактором для тех профессионалов тур индустрии, которые хотели бы **продвигать туристические продукты и тур цели за рубежом**. Другими словами, трудно продать услуги в сфере туризма, когда целевой рынок недопонимает, что именно продается. Но сегодня эта задача в значительной степени облегчена.

Команда Tourism Review постоянно работает на том, чтобы упростить способы маркетинговой коммуникации между языками и культурами. Устраняя языковые барьеры и культурные недоразумения, мы помогаем компаниям и организациям туристической отрасли завоевать доверие целевой аудитории с помощью инструментов эффективного маркетинга на их родном языке.

Никогда не было так **легко реализовать компанию по информационному продвижению в сфере туризма** в контексте отраслевых новостей одновременно на десяти наиболее распространенных языках мира: на английском, французском, испанском, немецком, итальянском, чешском, польском, русском, китайском и арабском.

Теперь вы в состоянии устранить проблемы информационного продвижения на иностранных языках, что часто тормозит развитие бизнеса. Нет необходимости ограничивать развитие вашего бизнеса теми, кто говорит на русском, или английском. Теперь вы с легкостью можете привлечь внимание многих международных рынков для привлечения новых заказчиков.

Внедряя многоязычное информационное продвижение, вы можете передавать сообщения любой конкретной аудитории, привлекая внимание, информируя и создавая доверительные отношения с потенциальными клиентами. Информирование потенциальных партнеров и заказчиков на их родном языке значительно повышает вероятность развитие бизнеса, создавая более ясное и полное представление. А это означает, что вы можете успешно привлекать новых клиентов и партнеров со всего мира, включая и удаленные рынки.

Хотя современные инструменты перевода могут помочь в создании сообщений на обеденном языке, часто значение частично теряется при переводе, кроме того, разговорные выражения достаточно плохо переводятся. Также необходимо помнить высказывание Коко Шанель что **«У вас не будет второго шанса, чтобы произвести первое впечатление»** - а это значит, что знакомство с вашим брэндом должно быть на высоком уровне. Это та область, которую многие компании осваивают с трудом, оставляют плохое впечатление на потенциальных клиентов и тем самым теряя их еще не приобретя. Поэтому **многоязычная маркетинговая коммуникация — это реальный способ опередить конкурентов, оставаясь в центре внимания клиентов**.

Многоязычная реклама не только позволит вам достичь целевого рынка, но и означает, что вы можете делать это эффективно, принимая во внимание культурные различия и создавая эффективные каналы информационного продвижения.

Подробнее о том, как многоязычное информационное продвижение может значительно упростить международный маркетинг в сфере туризма, можно найти [здесь](#).

Date: 2020-03-09

Article link: <https://www.tourism-review.su/mezdunarodnoye-prodvizhenie-v-sfere-turizma-news11191>