

ТУР ОРГАНИЗАЦИИ США ПРЕДПОЛАГАЮТ ВОЗВРАТ К РЕКЛАМЕ В ТЕЧЕНИЕ 60 ДНЕЙ



Совместные исследовательские усилия, проведенные MMGY Travel Intelligence и Международным фондом тур направлений (the Destinations International Foundation), в который вошли около 200 региональных организаций по управлению туризмом (DMO), показали, что, хотя 95% региональных тур организаций сократили или отложили свои маркетинговые расходы, 50% заявили, что планируют инвестировать в рекламу в течение следующих 60 дней.

В течение этого периода маркетинговые стратегии будут в основном включать бесплатные кампании в социальных сетях (почти 100%), информационные кампании по электронной почте (70%), рекламные кампании по электронной почте (чуть более 60%), платные услуги в социальных сетях (60%), поисковый маркетинг (около 60%), платные рекламные объявления (50%), платные информационные объявления (менее 40%) и платное развитие бренда (20%). Эти мероприятия будут наиболее затронуты маркетинговыми стратегиями в период восстановления.

Из 197 опрошенных организаций, 90% расположены в городах и туристических регионах, в основном в южном, западном регионах США.

В течение следующих 30 дней респонденты считают, что ситуация будет намного хуже, чем сейчас (42%), хуже (30%), такой же (26%) или лучше (2%).

Туристические организации получили меньше запросов посетителей по сравнению с мартом, но они остаются на высоком уровне (в среднем 20 в день, по мнению 30% респондентов), особенно запросы касаются отмены мероприятий, закрытия гостиниц, ресторанов и достопримечательностей, а также возможности гостиничного проживания в период кризиса.

Среди основных действий, предпринятых отделами туризма во время кризиса, - обмен информацией с отраслевыми партнерами, получение официальной информации о коронавирусе и ссылки на Центр контроля заболеваний на веб-сайтах регионов, а также обновления по электронной почте и в социальных сетях. Некоторые направления, такие как Visit California, отправляют ежедневные электронные письма индустрии. Другие, такие как Tampa Bay и Visit Orlando, отправляют еженедельные информационные бюллетени.

Date: 2020-04-20

Article link: <https://www.tourism-review.su/regiony-planiruyut-reklamu-news11489>