

ТОП-5 СПОСОБОВ УЛУЧШИТЬ ВПЕЧАТЛЕНИЯ ТУРИСТОВ ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА



С весны 2020 года индустрия туризма в большинстве стран мира существенно изменилась. Туристические компании придумали множество инновационных способов не только как пережить ограничения, связанные с пандемией и запреты на поездки, но и как улучшить впечатления и опыт туристов. Tourism Review представляет пять концепций, на которые тур компаниям следует обратить внимание, чтобы увеличить свою клиентскую базу и скорректировать предложение услуг в соответствии с изменившимися требованиями сегодняшних путешественников, в большей степени заботящихся о своем здоровье.

Охрана здоровья

Важно принять меры и обеспечить соблюдение всех санитарных норм для сдерживания распространения вируса. Кроме того, при условии всеобщей доброй воли, требуется всегда быть в курсе эволюции санитарных мер, быстро адаптироваться, а также следить за тем, чтобы инструкции соблюдались везде и всегда без исключений.

Теплый прием

В период кризиса в период и после пандемии отдыхающим необходимо обеспечить спокойствие, особенно быстро давая ответы на поставленные вопросы и решая возникшие проблемы. Таким образом, профессионалы туризма могут выразить теплоту и человечность, проявив сочувствие и готовность помочь, и таким образом установить доверительные отношения с клиентами.

Цифровая трансформация

Чтобы противостоять кризисным явлениям, профессионалам в области туризма пришлось более интенсивно внедрять инновационные технологические инструменты для облегчения обслуживания клиентов, такие, как например «бесконтактные» решения. Таким образом, эти изменения позволили повысить эффективность компании в плане сбора и анализа данных о поведении потребителей и их ощущениях.

Эффективные предложения

Кризис в области здравоохранения дает туристическому сектору возможность адаптироваться к новым потребностям и поведению потребителей путем переосмысления предложения услуг и клиентского опыта (например, планирование пространств по-новому, перемещения в отелях и других помещениях, предложение бонусов и т. д.).

Ответственное потребление

Туристы все больше заинтересованы в устойчивом развитии и более экологических услугах, и все в большей степени хотят путешествовать в соответствии со своим восприятием, основанными на конкретных мерах корпоративной социальной ответственности (КСО), таких как например наличие эко-маркировки, возможность потребления местных продуктов, благополучие обслуживающего персонала.

Date: 2021-05-17

Article link:

<https://www.tourism-review.su/5-koncepcij-uluchsheniya-vpechatleniya-turistov-news12025>