

ابتكر واخلاق نمو في مجال السفر الرقمي



يجب على العاملين بالسياحة اليوم إعادة ابتكار اقتراحاتهم القيمة وتحسين كل خبرة ان أرادوا ادراج وخدمة المسافر الرقمي، فاحتمالات النمو والتكاليف في السفر الرقمي واسعة، فطبقاً لأخر دراسة من قبل إيماركتر فان عائدات السفر الرقمي حول العالم سوف تتخطى 533 بليون دولار في 2015 مع توقع ضعف هذا الرقم في 2016.

فقد تم إعادة هندسة قطاع السياحة مع وسائل التواصل الاجتماعي، الهواتف المحمولة والاستراتيجيات الاقتصادية خلال العقد الأخير. فالنجاح في مجال البيئة الرقمية يتطلب ان يكون كبير مسؤولي التسويق او مُنظم السفريات على وعي كاف باخر الديناميكيات الرقمية والتكنولوجيا الكامنة التي تحول مجال العمل بشكل كبير عن طريق تبديل طرق الاتصال والابتكار والتعاون. ومشاركة المعلومات والشراء وغيرها من المعاملات بين الناس.

على كل خبراء تسويق السفر وتجارب المستهلك إدراك كيف يصبح المستهلك -المسافر الجديد رقمي بشكل أكبر في كل خطوات الرحلة (الحلم، التخطيط، الحجز، الشعور، المشاركة، النقد) في كل صفقة سفر. فاخر احصائيات الاتجاهات أظهرت كيف حوالي 50% من المسافرين الرقميين يُلهموا برؤية الصور والتعليقات عبر الانترنت وان حوالي 70% يراجعوا الفيديوهات والآراء قبل اتخاذ القرار.

IE يشرح بروفيسور كيفين سيجليانو من مدرسة

إدارة الاعمال وخبير السياحة الرقمية ان: " كل الاتجاهات الرقمية واتجاهات رحلة المستهلك تعني ان المشاريع السياحية جنبا الي استراتيجيات تتمحور حول العملاء والرغبة في الابتكار لديها فرصة فريدة للفهم، البناء، الخدمة والبيع بفاعلية أكثر للمستهلك المتصل."

فمن هنا فانه من المهم على كل العاملين بالسياحة تنفيذ استراتيجيات رقمية تخريبية تقود الاشتباك، مشاركة الأفكار وزيادة معدلات تحويل الهواتف المحمولة بالإضافة الي إعادة تعريف فهم المستهلك للرحلة وتحسين حملات التجزئة الصغرى.

فعلي خبراء السفر الحاليين فهم وقهر كل العلامات التجارية، الاستحواذ والتقنيات الرقمية ذات القيمة العالية بنمو ثقافة القرصنة. لأجل اكتساب أكبر جذب للمستهلك وأكبر عائدات.

IE البرنامج السياحي الرقمي من

للتعليم التنفيذي سوف يتيح للمشاركين فهم "السياحة الرقمية" وكيفية التسويق بفاعلية عند تطوير استراتيجيات تسويق جديدة وكذلك التغلب علي اهم التقنيات الرقمية (وسائل الاتصال المدفوعة الاجر، الهواتف المحمولة، وسائل التواصل الاجتماعي، المحتوى، الاستماع...). فقد ساهم خبراء قيادة السياحة والخبراء الرقميون بالإضافة الي أفضل المشاركات من الشركات الرائدة مثل:

(Tripadvisor, Google, Room Mates Hotels, Destinia, Bla Bla Car, Amadeus, Turismoi, ...)

في تصميم هذا المقرر التعليمي المتجدد للسياحة الرقمية. وقد أشار الخريجين ان هذا البرنامج هو الخليط الصحيح من الابتكار، الحالات العملية، التحليل والمنهجيات.

ProColombia بالأخص، ناتاليا بايونا من

قد أتاح لي تنمية استراتيجية ترشيح كولومبيا كوجهة سياحية، من خلال دراسة أفضل IE اشارت الي " برنامج السياحة الرقمية في المشاركات في مجال صناعة السفر، استخدام المعلومات الكثيرة، قوالب المستهلك خلال الهواتف المحمولة واخر الاستراتيجيات

"الرقمية

يزود هذا المقرر التعليمي المبتكر المشاركين بخريطة طريق نحو اهم تحديات السفر حيث التسويق الرقمي والتميز في رحلة المستهلك هما قادة مفتاح النجاح. يخاطب القسم العملي الفرص الحقيقية لقطاع السفر واجابة متطلبات المسافرين. فمن خلال تبني أدوار مختلفة سيصبح المشاركون قادرين على تصميم استراتيجية فعالة لتحويل السياحة الرقمية

أخيراً، فهذا المقرر ذو 4 أيام هو فرصة للقاء اهم الأساتذة في قطاع السياحة ومشاركة الآراء والشبكات. يشير شاريمان جوسي IE جيواميس من

لإدارة الاعمال وقسم الابتكار الي: " يجب تعطيل كل شركات السفر التقليدية وتبني استراتيجيات بداية مبتكرة إذا أرادوا المنافسة بفاعلية في العصر الرقمي والادراكي الجديد." فمن هنا فانه من الواضح ان رحلة التعلم في السياحة الرقمية لا تنتهي ابدا وتشارك فقط أفضل الاستراتيجيات والعمل على ابهار المسافرين يولد النتائج المالية والتجارية المطلوبة

Date: 2016-01-27

Article link: <https://www.tourism-review.net/training-course-for-digital-travel-savvy-news4874>