E-MARKETINGUL: STRATEGII ȘI INOVAȚII PENTRU TUR- OPERATORI ÎN ERA DIGITALĂ

Valeria LOZOVAN,

studentă anul II, Facultatea de Științe Economice

CZU: 339.138:338.48:004 valerie.lozovan@gmail.com

Actualitatea temei cercetate derivă din faptul că în era digitală în continuă evoluție, e-marketingul devine o componentă crucială pentru tur-operatori și agențiile de turism în promovarea și comercializarea serviciilor lor. Industria turismului se confruntă cu schimbări rapide și cerințe diverse din partea consumatorilor, iar adaptabilitatea la noile tehnologii și strategii de marketing este esențială pentru succesul din acest domeniu. Prin adoptarea strategiilor și a tehnologiilor adecvate, aceștia pot să-și consolideze poziția pe piață și să își extindă baza de clienți, oferind în același timp experiențe de călătorie mai bogate și mai personalizate.

Dificultățile apărute în valorificarea patrimoniului turistic şi îndeosebi în folosirea integrală a capacităților de transport și a celor hoteliere, precum şi cererea de servicii suplimentare au generat sporirea interesului pentru implementarea marketingului în domeniul turismului [1]. E-marketingul este o ramură a marketingului care utilizează tehnologiile digitale și canalele online pentru a promova și a vinde produse sau servicii. Este un concept vast care include diverse tactici și strategii, cum ar fi marketingul de conținut, publicitatea online, social media marketingul, email marketingul, optimizarea motoarelor de căutare, marketingul de afiliere și altele. În această ordine de idei, scopul prezentei cercetări este studiul și analiza strategiilor și inovațiilor de marketing digital utilizate de tur-operatori și agențiile de turism folosite pentru a atrage clienți, a promova destinațiile turistice și a-și consolida poziția pe piață. Obiectul de studiu este Agenția de turism PandaTur. În rezultatul analizei activității de e-marketing s-a constatat că PandaTur folosește o gamă vastă de instrumente digitale de conținut și promovare, printre care se evidențiază:

1. Website-ul. Compania deține un site web atrăgător și informativ care furnizează informații complete despre pachetele turistice, destinații și serviciile oferite. Este prezent un sistem de rezervare online simplu și sigur care permite efectuarea rezervărilor directe. Site-ul este actualizat frecvent cu oferte speciale și pachete turistice noi [2].
2. SEO (Search Engine Optimization). Website-ul este optimizat continuu pentru motoarele de căutare (SEO) pentru a asigura vizibilitatea în căutările online și pentru a atrage trafic organic.
3. Social media marketing. PandaTur utilizează platformele sociale: Facebook, Instagram, Tiktok, pentru a interacționa cu clienții, a promova oferte speciale, a împărtăși imagini și a crea o comunitate online.

Pe platforma Facebook se efectuează postări regulate pentru a menține comunitatea informată cu privire la noutăți, evenimente, oferte speciale și destinații noi; împărtășirea

imaginilor și videoclipurilor de călătorie pentru a crea o conexiune emoțională cu comunitatea și a inspira călătorii viitoare [3].

În Instagram se poate urmări o galerie foto și video coerentă cu o estetică bine definită, evidențiind frumusețea și diversitatea destinațiilor oferite de agenție, stories care redau experiențe și oferă informații interesante despre fiecare destinație; crearea de Reels scurte și creative pentru a fi în pas cu ultimele tendințe [4].

În TikTok este prezentă o bio simplă și creativă care oferă o scurtă prezentare a agenției; este inclus un link direct către site; este publicată o mare varietate de videoclipuri de la prezentarea ofertelor de călătorie până la momente captivante din călătorii [5].

4. Aplicații sigure de mesagerie și apeluri Telegram și Viber. În cadrul acestora se fac postări frecvente pentru a menține membrii informați cu privire la noile destinații, pachete și evenimente; galerii foto și videoclipuri; asigurarea unui canal de suport dedicat pentru întrebări specifice, asistență în rezervări și alte solicitări.
5. Influence marketing. PandaTur colaborează cu influenceri pentru a promova destinațiile sau pachetele turistice prin intermediul platformelor sociale și bloguri-lor [4].
6. Email marketing. Este o modalitate eficientă de a comunica cu clienții și de a promova ofertele. PandaTur expediază newslettere regulate, oferte speciale despre destinațiile turistice pentru a menține clienții informați și implicați.

În concluzie, putem menționa că E-marketingul în activitatea tur-operatorilor, inclusiv Panda Tur, este esențial pentru crearea unei identități distincte și pentru promovarea ofertelor specifice. Planificat și implementat corect, E-marketingul poate diferenția o agenție de turism și atrage audiența potrivită. PandaTur adoptă o abordare holistică, adaptată nevoilor și așteptărilor publicului său, prin intermediul strategiilor de E-marketing, de la social media marketing la email marketing.

În calitate de recomandări menționăm: crearea de conținut captivant pentru a susține și promova ofertele sale unice, intensificarea interacțiunii cu comunitatea pe platformele sociale, urmărirea și evaluarea permanentă a performanței eforturilor de e-marketing, ajustarea strategiilor de marketing în funcție de evoluțiile pieței pentru a rămâne relevant și competitiv.

Referințe:

1. În:https://www.academia.edu/20031298/Conceptul_de_marketing_turistic
2. În:https://pandatur.md/ro
3. În:https://www.facebook.com/pandatur.md/
4. În:https://www.instagram.com/panda_tur_moldova/?hl=ro
5. În:https://www.tiktok.com/@pandatur.md

Recomandat
***Elena NIREAN**, dr., conf. univ.*