

عنوان مقاله:

نقش بازاریابی دیجیتال در صنعت هتلداری جهت گسترش صنعت گردشگری

محل انتشار:

چهاردهمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

جمشید مهربانی - معاون برنامه ریزی و توسعه شرکت توسعه گردشگری ایران، تهران

سیدامید آقامیری - مدیر بهره برداری و خدمات شرکت توسعه گردشگری ایران و مدرس هتلداری

خلاصه مقاله:

امروزه صنعت گردشگری در اقتصاد کشورها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. یکی از مباحث اصلی این صنعت، هتل و هتلداری است. به منظور جذب گردشگر توجه به بازاریابی در هتل ها از جمله الزاماتی است که باید در بازار رقابتی امروز مورد توجه قرار گیرد. فناوری اطلاعات و ارتباطات به بسیاری از حوزه های زندگی و کار نفوذ کرده است. آشنایی با این تکنولوژی جدید نیز توانسته تحولات بسیاری را در حوزه بازاریابی ایجاد نماید. هدف اصلی این مقاله، مطالعه اهمیت بازاریابی در هتل ها به منظور توسعه گردشگری به روش توصیفی می باشد. نتایج مطالعات نشان میدهد که با استفاده از مدل های گذشته کسب و کار نمی توان در صنعت هتلداری امروزی رقابت کرد و جذب بیشتر گردشگر داخلی و خارجی نیازمند توجه بیشتر به مسایل بازاریابی است. شناسایی نیاز گردشگران در این راستا بسیار حایز اهمیت است؛ چرا که بدون توجه به نیاز مشتریان به طور قطع بهره برداری مناسب از خدمات هتل حاصل نخواهد شد.

کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی، بازاریابی دیجیتال؛ صنعت هتلداری گردشگری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/760780>

