

在线旅游企业电子商务策略分析

唐小鹏

(广东轻工职业技术学院,广东 广州 510300)

摘要:随着我国电子商务的快速发展,人们收入以及消费水平的不断提升,消费观念也发生了天翻地覆的变化,旅游行业潜力巨大,因此为了面对时代发展,旅游行业急需进行转变,将电子商务与传统旅游行业结合无疑成为了重中之重,本文从实际出发,针对旅游企业发展电子商务,分析旅游电子商务的内涵和优势,比较当前主要旅游电商平台,在此基础上提出一系列对策,帮助旅游电商更好地实现发展。

关键词:旅游企业;电子商务;营销

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.10.098

1 旅游电子商务的内涵

旅游电子商务是指旅游企业通过整合企业内外部资源,借助快速发展的互联网通信及计算机技术,结合电子商务的基本环境,建设电子商务平台,从而加大旅游信息的推广力度,扩大旅游信息的传播渠道,实现旅游产品在线上宣传和销售,为旅游消费者提供线上购买渠道、提供在线服务功能的活动。旅游电子商务具有以互联网为媒介、受时空限制少、消费者可在线直接参与、实时交易、支付手段便捷等特点。

旅游电子商务的主要功能包括:产品与服务信息发布、旅游景点介绍、旅游规划与安排、在线预订、在线服务、在线咨询等。

2 旅游电子商务的优势

2.1 有利于建立良好的客户关系

网络推广具有广泛的宣传性,网页设计以图文为主,更新便捷,形式多样,成本低廉,并能与网络用户进行双向信息交流,以满足不断变化的市场需求。旅游企业通过自建网络平台或者在第三方平台建设线上门店,可以随时为用户提供最新最实用的旅游信息和商品服务,从而吸引更多的游客,真正起到推广的作用。同时,旅游企业利用电子商务渠道还可以更加充分了解客户,通过线上渠道加强与客户的沟通,可以与旅游消费者建立良好的合作关系。这不仅有利于旅游企业树立良好的企业形象,也有利于提高客户忠诚度。

2.2 提高旅游企业竞争力

旅游市场的激烈竞争要求旅游企业扩大规模、降低成本、提高收益,然而,传统的线下扩张会带来更多的实体店、随之而来的管理问题和高昂的运营成本。电子商务的出现为旅游企业带来新的发展机遇,因为通过网络技术,旅游企业不仅可以实现降低成本,还能从中寻找新的利润增长点,提高效率,从而增强企业的竞争力,通过技术创新促进旅游企业的持续快速增长。

3 主要旅游电商平台介绍

(1)携程网。1999年成立,现有员工12000余人。总部在上海,国内有16个城市设立了分支机构,会员约5000万。融合传统与互联网旅游业运营模式,将线上与线下资源结合,打造全方位的休闲娱乐与商务活动旅游服务体系,形成覆盖旅行前、旅行中和旅行后的立体式完善服务价值链。2003年在美国纳斯达克上市。占有在线旅行服务市场超过50%的市场份额,位居2010年中国旅游集团第4名,是全球市值第三的在线旅行服务公司,国内市值最大的旅游

服务公司。

(2)艺龙旅行网。是中国领先的在线旅行服务提供商之一,其服务平台包括艺龙旅行网、手机艺龙网和24小时预订热线,通过这三大平台提供全方位的旅游产品预定服务,例如酒店、机票及景点门票预定服务;提供全覆盖旅游信息服务,包括提供强大的地图搜索、境内外热门景点指南、酒店全景浏览、用户真实点评等在线信息服务,为用户提供旅行决策的对称信息。2017年,艺龙旅行网与同程网络正式合并,宣布成立一家新公司“同程艺龙”。

(3)去哪儿。2005年5月成立,总部设在北京,是国内领先的在线旅游平台。截至2019年3月,去哪儿网搜索覆盖全球120万余条度假线路、1万余个旅游景点、9000家旅游代理商、147万家酒店、68万余条航线、580家航空公司,并与国内外超100家航空公司进行了深度的合作,其产品与服务覆盖度假、门票、酒店、国内外机票、火车票、汽车票、租车、接送机以及团购等多个领域。构建了一个线上、线下相融合的全价值链在线旅游服务,提升旅行者的旅行品质,帮助旅行者科学合理安排旅行活动。

(4)途牛旅游网。途牛旅游网创立于2006年10月,2014年5月登陆美国纳斯达克,是美股市场第一支专注于在线休闲旅游的中国公司。截至2018年年底,途牛合作旅游服务供应商逾16500家,可以为消费者提供的跟团和自助等打包旅游产品超过220万种,还有丰富的机票、酒店、签证等单项旅游产品。截至2019年3月,途牛服务累计超过1.08亿人次出游活动,共获得客户点评600多万条,产品综合满意度达到93%。

(5)飞猪旅行。飞猪APP是一个高性价比旅行客户端应用,飞猪旅行APP提供国内及海外200000余家酒店、酒店式公寓、客栈、民宿的在线预订服务;提供100000多条国内及出境旅游线路,提供签证、租车、境外Wi-Fi、电话卡等一站式服务;全覆盖国内外6000多家付费景点门票线上预订一键预约服务;提供国内所有航线机票及火车票、国际几乎所有主流航线机票在线订购服务。

4 旅游企业线上发展策略分析

4.1 完善旅游企业线上功能

旅游企业提高旅行者对旅游电子商务的满意度,必须提出旅游电子商务发展的战略。一方面,旅游企业必须努力在传统经营项目上进行创新,开发新的线路,提供新的服务,不断完善产品组合,将传统经营模式与电子商务经营模式相互融合,开展网络营销,创新

服务模式,以开拓更多的消费群体,为企业寻找新的利润增长点;另一方面,企业有关部门要深入调查市场,准确把握旅行者的需求,提供人性化、个性化的服务,提高旅游企业经营的灵活性,增加旅游网站服务信息的多样性和全面性,让消费者可以在网站上更加方便地选择旅游产品,享受在线消费的全过程;三是旅游企业要顺应移动终端迅速发展的时代潮流,发展移动电子商务,为消费者提供实时互动服务,动态满足消费者需求。最后,旅游企业要建立完善的网上售后服务,开展售后跟踪服务,满足消费者的购买后需求。

4.2 开展许可电子邮件营销

许可电子邮件营销是指网站借助电子邮件系统,在客户定制邮件的基础上,通过定制电子邮件向客户传递产品信息的一种营销模式。旅游电子商务企业通过引导客户实施个性化的邮件信息订制,既可以防止无效营销对用户的干扰,又可以有效地加强与客户的关系,通过传递适合顾客需求的信息,可以提高顾客对产品品牌的忠诚度。

4.3 利用新媒体平台

旅游企业可以在一些网站和公众号上发表作品,分享各种线路、旅游趣事、游记等,注册一些游友论坛,回答网友提问,增加旅行社官方账号。主要包括:问答平台、贴吧、论坛、自媒体、短视频等,以问答为例,可以在百度问答设计问题:哪条线路旅行社比较好,哪家

旅行社比较好,我想去哪,有没有旅行社的推荐等等,并且可以发布相关游记到马蜂窝和百度游记等。当信息覆盖面大的时候,旅行社的品牌自然会提高,客户转化率也会高得多,企业开展线上营销有很大的机遇,因为现在很多客户在选择的时候都会在网上了解。

4.4 制定合理的价格

如今,市场上的旅游产品、景点和线路项目非常相似,在对同类产品进行定价时,不仅要考虑成本,还要考虑游客的价值感、市场供求比例、产品的附加值。同类产品的替代性很强,对游客的价值感会降低,特别是在市场供应过剩的情况下,行业可以降低同类产品的价格,吸引游客以低价体验其他优质产品。

参考文献

- [1]马子文,程康,陈娟.我国旅游电商发展现状及策略研究[J].农村经济与科技,2019,30(24):45-46.
- [2]王颂歌.去哪儿网PC端差旅管理系统设计[D].湖南大学,2019.
- [3]殷航.C公司旅游电子商务市场营销策略研究[D].山东大学,2015.
- [4]李菲.面向东盟的广西旅游电子商务网站资源整合策略[J].电子商务,2014(01):24-25.

作者简介:唐小鹏(1980-),男,副教授,中山大学管理学硕士,研究方向:营销管理,单位:广东轻工职业技术学院。