

基于体验营销在乡村旅游中的应用分析

黄玉梅

(怀化市旅游学校 湖南 怀化 418000)

[摘要] 本文就体验营销的基本认知和在乡村旅游中的应用现状、应用策略进行分析, 提出自己的见解, 供大家参考。

[关键词] 体验营销; 乡村旅游; 应用分析

引言

体验营销通常指通过视觉、听觉、使用、参与等感官手段, 达到情感调动和消费参与的目的, 并激发用户的情感体验、感官体验、思想共鸣、行动参与联觉等感性思维, 以此设计和开发的一种更符合人类需求的营销方式。

一、体验营销基本概念

体验营销的主要特征为: 顾客亲身参与、体验需求被满足、个性特征被体现、每个营销活动中配备相关的体验“主题”, 体验营销比较关注消费者在消费过程中的用户体验感受。体验营销在商家的使用过程中, 必须遵循使用适度的原则, 依据自身实际条件地域特色等设计具有针对性和多样性的营销体验方案, 满足顾客在消费中的体验需求, 并以此刺激消费。当然, 体验营销必须遵循国家相关法律法规, 在合法范围内经验, 要遵循合理合法的原则, 满足顾客体感需要, 达到营销的目的。

由于人的体验方式是复合式的而非单一式的, 因此体验营销因人的感官体验而进行细致的划分, 并分成五个模块, 即知觉体验方式、思维体验方式、行为体验方式、情感体验方式、相关体验方式。主要操作方法为: 初级识别顾客, 确定顾客消费能力和需求, 进行细致划分再选取相关体验方式。识别之后要对顾客做出认识判断, 了解主要购物需求, 相关顾虑等, 并通过相关体验服务, 打消顾客疑虑促成消费。不仅如此, 营销人员还要从顾客角度出发, 考虑需求和利益点, 决定销售中重点展示部分。与此同时, 也要注意顾客的体验参数, 依据顾客的体验评价提升服务质量。企业要先确定顾客的体验产品, 并在体验营销结束后, 做评估总结, 改进营销方式确保顾客满意, 实现利益最大化, 即为对行体验和评价控制。

二、乡村旅游基本概念

乡村旅游指的是以旅游度假为主要目的, 并通过村庄野外为旅行方式, 体验人文环境, 生态环境, 通常以旅居和自定义旅行为特色的一种广为流行的村野旅游形式。乡村旅游是一种为农民创收, 发展乡村第三产业并使其文化和乡村特色得到发展的一种旅行方式。游客可以通过乡村旅游的方式, 真切地体验乡土民情礼仪风俗等, 可以在期间通过学习体验、参与乡村生产活动, 增加个人认知丰富内心感受。不仅如此乡村旅游还开发了农业的多种功能, 是对乡村生态休闲、观光旅游和文化、教育等价值的综合利用。乡村旅游的方式也具有多样化, 一般有旅居形式、自助野行、居游、诗意性栖居、轻便建设、特色场景等方式, 是一种符合乡村可持续发展观念和拓展农业价值以及满足游客乡野感受情怀的一种旅游方式。

三、体验营销在我国乡村旅游应用基本现状

1. 欠缺自我识别能力, 营销主题定位不清晰

在自我营销体验中, 需依据自身销售情况, 确定顾客体验产品。当前我国乡村旅游在体验营销上存在诸多问题, 对自身乡村建设定位不够清晰, 没有依据自身发展特点文化特色进行旅游产品的设定, 对乡村发展建设的认识不全面。继而, 当前我国乡村旅游产品通常会存在种类多、定位层次不清晰、规模小、散乱、主题不突出、不鲜明的问题。使游客对乡村旅游的感官体验不高, 致使乡村旅游的发展受限。

2. 不注重自身优势的挖掘, 市场竞争力差

游客通常是被乡村特有文化所吸引, 希望感受乡村田园风光, 农家欢乐以及农村特有的地域文化, 是大多数游客在城市以及其他旅游项目中所无法体验到的。同时这也是乡村旅游项目的优势和核心。然而, 我国乡村旅游对此并没有建立起全面的认识, 品牌创建、品牌意识欠缺, 资源利用率与资金没有形成理想的合力效应。并且, 当前乡村旅游商业化严重, 不注重乡俗、乡

情、乡味的开发利用, 忽视自身独有的农家文化特色, 使得自身缺乏核心竞争力, 也使得发展受限, 无法取得更大进步。

四、营销体验法在乡村旅游中的应用策略

1. 多感官刺激, 利用感觉营销, 满足游客感觉需要

好的营销策略不仅要满足用户的消费体验消费需求, 还要满足顾客在消费中的感官需求。使顾客在消费中通过视听触等知觉以达到心理上的满足和情感上的体验, 以此设计一套能够满足用户感官需求的乡村营销策略。乡村旅游项目的开发设计方案, 不能只局限于自身田园风光的视觉体验以及农家饭的味觉体验, 要多方位多角度的调动顾客感官, 增加其感觉体验, 满足其对乡村旅游的需求。要通过多种旅游项目的设计, 调动游客的五感六觉, 触发游客心灵上的满足情感上的体会以及视听味觉上的满足等。乡村可以开设, 农产品采摘活动, 采摘应季果蔬, 感受田园风情, 品味农家食物, 在观赏、劳动、咀嚼中, 真切的体会乡村的生活, 品味乡村文化。

2. 注重情感营销的应用, 满足游客情感需求

情感体验主要指, 满足游客在游览游玩中的感情与情绪, 事游客在参与农家活动, 参观乡村自然环境中感受到被尊重、被喜爱、宾至如归的情感。在乡村旅游建设中, 要注重乡土文化的挖掘和利用, 形成自有特色和品牌, 区别于城市等其他旅游项目, 并且可以根据自由地域特色民族特色等进行开设和设计。利用蒙古的草原文化, 陕西的窑洞文化、藏族的宗教文化等, 都要深入挖掘形成特色, 让游客在游览管观中, 体味当地农家生活, 感受当地文化情感, 以达到心灵上的需要, 情感上的满足。

3. 重视思维营销的应用, 开展农业活动项目, 提升游客对农事农业的认识

思维营销在乡村旅游中, 主要指通过乡村项目活动的参观和参与, 丰富固有认知, 提升自我认识, 在游览中既得到身心的舒展又得到知识的丰富。尤其当前学生缺乏生活实践和生活经验, 许多知识来源于课本, 通过乡村旅游等项目来提升学生的认知水平, 建立对乡村的全面认识。比如, 在乡村旅游项目中可以设立, “乡村农事发展对比体验游”活动, 通过科技的发展和政策的实施, 对比过去与现在在生产方式, 生产活动, 以及生产产量的改变, 讲述农业的发展历程。还可以引导游客亲自参与和体验, 满足其对农业农事的好奇。

4. 注重行为参与, 加深游客体验

在乡村旅游中, 体验营销中的行为体验主要指, 通过增加游客在乡村中的身体体验, 教导大家参与农业活动的方法, 丰富其农业活动认知, 并通过农业活动的参与放松其身心, 改变其原有生活形态, 使其获得一种新鲜的区别于以往的行为活动上的满足。可以通过景区游览、山货采集、菜园耕种、采摘等形式, 丰富游客参与方式。

结束语

要重视体验营销在乡村旅游中的作用, 挖掘乡村资源, 重视乡村文化建设, 形成自有品牌, 建设以乡土、乡情、乡村文化为核心的乡村旅游品牌项目, 大力发展乡村旅游, 多角度全方位调动游客的听觉、味觉、视觉, 并鼓励游客参与农家活动, 满足其情感体验和行为体验, 使其在领略乡村风光的同时, 得到情感上的满足, 认知上的丰富。

参考文献

[1]孙宗帝. 青岛乡村旅游营销研究[D]. 青岛科技大学, 2017.

课题: 健康中国背景下湖南乡村田园综合体开发研究——以怀化地区为例 省级一般课题

课题号: 340 课题评审单位: 湖南省社会科学成果评审委员会