

31.jaanuar 2017

Dimitria Papadopoulou

New Media & their Role in Tourism

#ImAnAthenian – näide kogemuste jagamisest sotsiaalmeedias.

Viimase hetke kampaania – *Happening now in Santorini*

TOP Social Media:

Facebook

Twitter

Linkedin

Youtube

Google+

Instagram

Vaatame kahte väga erinevat Kreeka reklaamvideot.

Esimene on pikk ja elitaarne, peaks olema suunatud kindlale väikesele sihtgrupile, kelleks paistavad olevat rikkad ärimed, kes saavad endale lubada paarikuist pausi lihtsalt niisama, et nautida Kreeka mütoloogilisi vaatamisväärsusi, loodust ja eelkõige erilist valgust.

Teine video on lühike ja lõvv. Teemaks Kreeta saar – selle elanikud ja toit, loodusvaated ka, aga mitte sekunditki varemeid vms.

Youtube`i videod peaksidki olema kuni 2 minutit. On selgitatud välja, et pikemaid vaadatakse palju vähem.

Teises videos on kuldseks hetkeks apelsinide nuusutamine. See on kogemus & elamus, mis jääb meelde. Turismis tuleb teadlikult luua selliseid hetki või lasta neil tekkida.

Hetkel pole Ateena giidid sotsiaalmeedias just eriti aktiivsed. Ainult 24 kolleegi on esindatud veebis pildi ja lisainfoga (telefoninumber, e-posti aadress). Ainult 7 pakuvad välja konkreetseid ekskursioone.

Tundub, et giidid on tugevamad rääkimises, mitte kirjutamises.

Või nad on harjunud, et turismifirmad teevad promotöö ära. Aga tänapäeval enam niimoodi ei saa!

- **Veebileht** – see tuleb lasta teha professionaalil, giidi tööks jääb ajakohastamine.
Veebilehe sisu tuleks jagada sotsiaalmeedias ehk siduda see oma Facebook`i kontoga.
Asjakohased oleksid lühikesed tuurikirjeldused, „broneeri“ nupp, pildid ja videod.
- **Platvormid**
Nt Guidebooker, Travel Papa jne.
Platvormide peamine miinus seisneb selles, et need vahendavad ka atesteerimata giide, sh nt taksojuhte, kes lubavad ka linnaekskursiooni ära teha. Komisjonitasu võetakse erinevalt – mõned iga broneeritud ekskursiooni pealt, teised eelistavad aastatasu.
FEG-i lemmik on **Top Tourist Guides**. See maksab giidile 20 € aastas.
WFTGA-l on Guidepedia, kus on link iga riigi ühingu veebilehele.
- **Facebook-i** saab professionaalselt ära kasutada.
Saab luua uue sündmuse (nt ekskursioon), saab kutsuda inimesi osalema, saab teha otseülekannet video vormis. Seega on võimalik korraldada ja reklaamida oma ekskursioone ning promoda ennast.
- **Twitter**
Saab üles laadida pilte ja lisada neile lühikese kommentaari.
Saab jagada infot teistest sotsiaalmeedia kanalitest.

Konspekteris Liina Steinberg