

“互联网+”背景下乡村民宿旅游营销策略探讨

张艳灵 郭雯

霍尔果斯中等职业技术学校, 新疆 伊宁 835000

[摘要] 近些年来我国经济快速的发展, 人们的生活水平也逐步提高, 对于生活质量的要求也越来越高, 更加的懂得去享受生活。而外出旅游是人们工作之余放松的主要方式之一。目前旅游行业也有着较快的发展, 也开展了各种各样的旅游模式。其中乡村民宿旅游是当前旅游行业的重点, 人们不仅能够更好的了解要乡村优美的环境, 放松身心, 还能够给乡村的经济发展带来贡献, 有助于我国社会主义新农村的建设。在“互联网+”背景下, 乡村民宿旅游行业也有着激烈的竞争, 这就需要对“互联网+”有着深入的了解, 并根据实际情况做好营销工作。

[关键词] 互联网+; 乡村民宿; 旅游营销

DOI: 10.33142/mem.v2i4.5029

中图分类号: F592;F323

文献标识码: A

Discussion on the Marketing Strategy of Village Homestay Tourism under the Background of Internet +

ZHANG Yanling, GUO Wen

Khorgas Secondary Vocational and Technical School, Yining, Xinjiang, 835000, China

Abstract: In recent years, with the rapid development of Chinese economy, people's living standards have gradually improved, the requirements for the quality of life are higher and higher, and they know better to enjoy life. Traveling is one of the main ways for people to relax after work. At present, the tourism industry has also developed rapidly and carried out a variety of tourism models. Among them, rural home stay tourism is the focus of the current tourism industry. People can not only better understand the beautiful rural environment and relax their body and mind, but also contribute to the rural economic development and contribute to the construction of a new socialist countryside in China. Under the background of "Internet +", there is fierce competition in the rural residential and tourism industry. This requires a deep understanding of Internet + and completes marketing work according to the actual situation.

Keywords: Internet +; village homestay; tourism marketing

1 “互联网+”背景下乡村民宿旅游营销存在的问题

1.1 宣传内容真实度较低

在互联网时代背景下, 乡村民宿旅游营销的效果较好, 但在其中仍存在一定的的问题。一些经营者对于互联网宣传比较重视, 也通过互联网对乡村民宿进行了一些简单的营销, 但在营销过程中, 通常使用了一些不真实的信息来提升自身的关注度, 从而增加自身的经济效益。而游客在体验完后与发现与宣传内容不符, 严重影响到自身乡村民宿的形象, 影响了民宿的口碑。在具体营销过程中要本着实事求是的态度, 对自身民宿的特色及周边的美景要客观的描述, 不仅要体现自身民宿的优势, 还需要说明民宿存在的不足, 从而让消费者能够充分的了解民宿的真实情况。要客观的描述乡村民宿周围的自然景观, 不能虚假宣传, 使得消费者心理期待较高, 在看到实际情况后, 心理就会产生落差, 出现经营者欺骗消费者的想法, 对乡村民宿的长久发展带来不良影响。

1.2 网络营销关注度不够

一些乡村民宿经营者对于网络营销没有给予高度的重视, 基本将精力放在了民宿的硬件条件及服务质量, 虽然民宿各方面的条件都很好, 但缺乏消费者, 影响民宿的经济效益。这些经营者对于网络营销不熟悉, 自身能力也不能对网络营销进行有效的开展, 同时在乡村民宿的发展过程中正确的网络营销企业也是相当缺乏的。从而导致一些乡村民宿在网络营销中, 没有规范的营销行为, 营销水平较差, 通过网络营销工作的开展, 不仅投入较大的精力, 还取得不了较好的效果, 因此一些乡村民宿经营者在尝试过后就不再参与网络营销活动。在乡村民宿旅游这个行业中, 大部分经营者的网络营销水平都较低, 只是将民宿的基本信息发布在网络平台上, 并没有专业的网络营销人员来对信息进行更新和维护, 从而网络营销的效果较差。

1.3 缺乏专业的乡村民宿人才

乡村民宿旅游是近些年来才兴起的一个行业，很多人对乡村民宿旅游都没有一个充分的认识，对于社会大众来说其仅仅是一个新概念，并不了解其特色，同时也缺乏相应的人才从事乡村民宿旅游行业。我国高校有开设了旅游业及酒店业的相关专业，经过长时间的发展，旅游及酒店行业的人才培养体系较为健全，也促进了旅游及酒店行业的快速发展。而乡村民宿旅游作为近些年来才出现的一个新行业，人才培养体系并不健全，也没有培养较多的专业人才，从而对乡村民宿旅游行业的发展带来了制约。

1.4 网络设施不够完善

随着网络技术的不断发展，国家在这方面投入也较大，在全国范围内已经实现了大范围的互联网覆盖。但是一些较为偏僻的乡村在网络基础设施方面仍存在一定的不足，例如配置不完善、设备更新慢等，从而导致部分乡村地区的网路说较差。而乡村民宿旅游在进行网络营销时必须要用到网络，若是网络方面存在问题，对乡村民宿旅游的网络营销效果是一个极大的影响。

1.5 缺乏完善的法律法规

我国社会经济在近些年来发展中有着极大的进步，涌现出各种各样的新兴行业，但在相关法律法规的制定上跟不上行业发展的速度，导致相应的法律法规存在不健全的问题。例如电子商务方面的法律法规仍需要进一步的完善，其已经影响到行业的健康发展，同时也对乡村民宿网络营销的发展带来了不良影响。此外，我国在网络营销的监管方面存在一定的不足，处罚方式也有着一定的问题，不能合理的解决消费者与商家的一些利益纠纷问题，从而容易侵犯到消费者或者商家的利益，不能有效的保障双方的合法权益。在乡村民宿旅游网络营销中也就不能有效的维持消费者与民宿经营者的良好关系。

2 “互联网+”营销策略

2.1 建立网站集纳民宿资讯

在互联网时代背景下，乡村民宿旅游的发展不仅要保证当地的旅游条件，创造一个环境优美的乡村环境，还需要强化自身的宣传。在传统媒体上做好宣传后，还需要强化网络营销。乡村经济发展的负责部门需要羌胡乡村旅游信息、相关民宿的基础信息进行收集，并在网站上进行推广，对网站的操作方式进行简化。旅客在想要旅游时可以通过网络来对当地旅游信息进行了解，详细的介绍地理信息、交通环境、饮食、人文等情况，并体现当地民宿基本情况及预定方式。

2.2 利用 KOL 做好自媒体营销

近些年来网络行业不断的发展，涌现出众多的自媒体平台，在微博、微信、各种网络社区、垂直平台都有着一些 KOL(网络意见领袖)。在乡村民宿网络营销中是不能忽视这些网络意见领袖资源。在乡村民宿网络营销中，可以邀请 KOL 进行体验，让 KOL 体现出民宿的各种特色，然后传递给相应的粉丝群体，提升宣传效果。

在 KOL 体验完成进行宣传后，需要在其他媒体平台上对此进行宣传。在网络营销中需要对所有社交媒体凭条加以积极的维护，将本地旅游的特色信息向各大平台上同步发送，社交平台的粉丝群体就能够对当地旅游资讯有着一定的了解。

2.3 精准自身定位和规划

在乡村民宿营销过程当中，需要对当地乡村旅游相关的特色进行充分的挖掘。例如生态旅游、亲子体验游、历史人文体现游等。对当地旅游特色进行提取，对目标群体进行精准的定位，营销才能够更为精准，更能够对用户喜欢的热点旅游资源进行捕捉，通过合理的营销方式，提升前来旅游的游客数量。

2.4 不断完善基础设施

一些乡村旅游定位于乡村生态游，就需要做好乡村的生态环境管理工作，才能够将这个项目做的长久，为乡村经济的发展做出贡献。这就需要政府与企业方面的积极合作，对当地基础设施进行完善，对乡村旅游资源进行大力开发，实现更多的旅游热点，同时还需要加大宣传。

2.5 加大培养人才力度

在乡村民宿旅游发展过程中，需要大量的高素质人才，才能够更好的保证乡村民宿旅游的健康发展。企业不仅要招聘民宿经营管理人才，还需要相应的互联网人才，做好民宿经营与网络营销方面的工作。同时高校也需要极大乡村民宿旅游行业人才的培养，健全乡村民宿旅游人才培养体系，为这个行业提供更多优秀的人才，才能够保证乡村民宿

旅游行业健康长久的发展。

3 结语

互联网的出现对社会的各个层面都带来了极大的影响，加快了人们对于信息的了解及传递，提升了工作的效率。在乡村民宿旅游发展中，也需要重视互联网的影响，做好网络营销工作，客观的介绍实际情况，积极引进相关人才，精准定位并做好相应的推广，加大当地民宿旅游在目标群体心中的印象，吸引更多的游客进行体验，促进当地乡村经济的健康发展。

[参考文献]

- [1] 李林. 新时期背景下乡村民宿与旅游产业融合发展探究[J]. 产业科技创新, 2019, 1(36): 61-63.
 - [2] 张晓莉. 乡村民宿旅游发展对农业经济的带动作用分析[J]. 农村经济与科技, 2019, 30(22): 40-41.
 - [3] 吴佩瑜. 旅游经济学视角下乡村民宿市场研究[J]. 四川文理学院学报, 2018, 28(5): 32-38.
 - [4] 吴有进. 乡村民宿旅游发展对农业经济的带动作用[J]. 农业经济, 2018(5): 140-142.
 - [5] 马腾云. “互联网+”背景下的乡村民宿旅游营销策略探讨[J]. 度假旅游, 2018(1): 31-34.
- 作者简介：张艳灵（1990.3-）女，毕业院校：新疆大学；所学专业：旅游管理专业，当前就职单位：霍尔果斯中等职业技术学校，职务：专业教师，职称级别：初级/助理讲师。