# 景区网络营销总结

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-05-22

*景区网络营销总结【5篇】总结就是对一个时期的学习、工作或其完成情况进行一次全面系统的回顾和分析的书面材料，它可以帮助我们总结以往思想，发扬成绩，让我们一起认真地写一份总结吧。总结怎么写才不会千篇一律呢？以下是小编整理的景区网络营销总结，欢迎...*

景区网络营销总结【5篇】

总结就是对一个时期的学习、工作或其完成情况进行一次全面系统的回顾和分析的书面材料，它可以帮助我们总结以往思想，发扬成绩，让我们一起认真地写一份总结吧。总结怎么写才不会千篇一律呢？以下是小编整理的景区网络营销总结，欢迎大家借鉴与参考!

**景区网络营销总结（篇1）**

一、背景分析

1、概况：

浏阳河又名浏渭河，原名浏水。因县邑位其北，“山之南，水之北，谓之阳”，故称浏阳。浏水又因浏阳城而名浏阳河。全长234.8公里，流域面积4665平方公里。

2、旅游资源：

(1)自然资源

浏阳河：十曲九弯，两岸青山翠枝，紫霞丹花。

浏阳河漂流：浏阳河第一湾(浏阳市高坪乡境内)。

特产：浏阳花炮闻名中外，还有菊花石、夏布、湘绣、豆豉、茴饼、纸伞、竹编。

(2)人文资源

开福寺、马王堆汉墓、陶公庙、许光达故居、黄兴故居、徐特立故居、谭嗣同故居、浏阳文庙、浏阳算学馆、孙隐山等文物。

二、区域优势/劣势

1、优势：

(1)浏阳市社会经济基础雄厚，城市经济实力不断增强。

(2)浏阳市的道路状况良好，区位条件比较好，可进入性较强。

(3)浏阳河旅游资源丰富，发展潜力强劲。

(4)优美动听的《浏阳河》，掠云越波，传遍了五湖四海，浏阳河的知名度较高。

(5)旅游产业蓬勃发展，国家将“红色旅游”提上日程，可以使浏阳河的“红色旅游”资源得到充分利用。

2、劣势：

(1)浏阳市整体形象缺乏明确定位，对外宣传不够。

(2)浏阳河景区的服务人员的服务意识比较薄弱，服务水平较低。

(3)浏阳河的旅游资源缺乏有效的保护，开发不足。

三、策划目的

1、市场分析：一句“浏阳河弯过了几道弯……”，伴随着中国的一代伟人响遍了祖国的每一个角落，传遍了世界各地，在我们每一个人的心中，对“浏阳河”都有一份额外的亲切和敬仰。因此，“浏阳河”的目标消费者群非常庞大。无论男女老少，都是“浏阳河”的目标消费者。港澳台喜欢文化交流的年轻人以及老一辈革命老人，亚洲甚至全世界热爱中国文化，喜欢到中国旅游的外国游客都有可能成为目标消费者。

2、最终目的：提高浏阳河的知名度，使浏阳河走出湖南省，唱响中国，走向世界。

四、策划原则

1、目的性原则：

(1)把浏阳河打造成国内著名的休闲旅游景点。

(2)将浏阳“红色旅游”资源和其它“红色旅游资源”整合为经典“红色旅游”线路。

2、可行性原则：

(1)浏阳市的道路状况比较好，交通便利，旅游者可进入性比较好。

(2)浏阳河经过多年发展，有良好的口啤，现在正在不断完善之中，其发展潜力较大。

(3)浏阳市政府有足够的资金和信心把浏阳河“推出去”，走出省门。

3、特色化原则：

《浏阳河》唱响了全中国，它特有的“诗歌”情怀是其它旅游资源缺乏的。因此，加强《浏阳河》的宣传和推广，让人们产生去浏阳河旅游的动机，

4、政府主导和市场结合的原则：

(1)政府主导，依靠浏阳市政府，甚至湖南省政府的强烈支持和推广。

(2)提高浏阳河的市场竞争力和综合实力。

五、主题口号

唱响古今，璀璨浏阳!

六、组织形式

主办：浏阳市政府

承办：浏阳市旅游局

协办：湖南卫视电视台

七、主要活动

1、音乐晚会：其中有大合唱《浏阳河》版，以及抒情版的《浏阳河》，小品等。

2、放烟花：音乐晚会结束后放烟花。

3、征文比赛：要求参赛者围绕浏阳河这个主题写文章。通过这个征文比赛，来提高消费者(特别是年轻一代)对浏阳河的认知。在音乐晚会当晚会给优秀作品的参赛者颁奖。

4、举行音乐晚会当天浏阳市旅游局以6折的价格出学生票，以8折的价格给其它消费者。

5、以浏阳河的名义捐款20万给当地的慈善公益机构，在当天中午举办新闻发布会。并且把这一信息刊登在当地最有影响力的报纸媒体。同时，在湖南卫视播放这则新闻。

八、具体操作

1、进行音乐晚会的前题宣传，在湖南卫视《娱乐天天报》播放音乐晚会的宣传片，以及在当地有影响力的报纸做音乐晚会的平面广告宣传，为期一周。

2、音乐晚会于\_\_年12月31号在浏阳河广场举行，从晚上8点开始到晚上10点结束，采用直播形式。请湖南卫视著名主持人李湘、汪涵联手担任主持。由湖南卫视摄制组担任整个晚会的制作以及后期编辑。

**景区网络营销总结（篇2）**

一、项目现状分析

1、项目现状

我公司云花溪谷项目预计今年4月份正式施工建设，为了更好的使此项目顺利运营开发，项目前期筹划营销是必不可少的，为下阶段景区营销宣传打下坚实基础，我部门现对景区现状资源进行如下概况。

目前的旅游业现状是：云花溪谷旅游资源优势明显，以山、水、林为特色的定位为以休闲、度假、养生为主的景区生态旅游风景区；现景区主题形象清晰；市场营销尚未进行；旅游人才缺乏；设施很不完善硬件设施处于筹备中；政府善于引导；云花溪谷发展前景看好较好。

2、旅游形象现状

旅游地形象认知包括三个方面的内容：游客认知、旅游地认知、旅游地内部认知，这三个方面组成旅游地的完整形象。云花溪谷旅游资源比较丰富，但是目前云花溪谷尚未开发，本地旅游局开发前宣传力度比较底，只是户外爱好者对此地比较熟悉，所以此地现旅游形象还比较模糊，旅游形象认知度低，对其今后的旅游发展很不利。所以为更好使此项目顺利运营，开发前的营销宣传是必不可少的。

二、景区市场竞争分析

1、保定区域景区现有的客源市场以1日游游客为主，目前市内的新兴景点较多，旅游受到各地主管部门的空前重视，各景区都在采取各种手段招徕客源，市场竞争激烈。而据我们所了解的情况，附近区域内今后一两年内民俗风情之类的景区将会出现很多。特别是天生桥新扩建与景区类型相近的坨粱将对云花溪谷景区的市场产生严重威胁。

2、目前阜平县整体旅游形象的对外旅游宣传促销力度相对较小。阜平以天生桥为重点的旅游景点很难作为单独的旅游景区吸引省外游客前来。其省外市场的开拓有待于整个阜平接待省外游客数量的上升，我公司项目也直接受惠。

3、阜平等地的一些区域旅行社只在五

**景区网络营销总结（篇3）**

一、活动背景

目前学院已举办多次常规的此类活动和特色活动受到了各部门和同学们的充分肯定和赞扬，经过长时间的摸索学习与发展，学院经济与管理系旅游专业现已逐渐走向成熟，经过大家的多次商讨，现预计在校外举行一场旅游景区讲解比赛。

二、活动宗旨及主题活动主题“赏民俗文化，览秀美山水，品异地风情，决个中高低”

活动宗旨“普及旅游知识，活跃校园文化，促进高校旅游文化的繁荣与发展”

三、活动目的学院举行此次活动，为增添学院的文化气息，丰富学院同学们的课余生活，陶冶同学们的情操，为喜欢旅游业的同学提供一个了解的机会与展现的平台，让更多的人了解“女皇故里”，以旅游传递文化，以人文促进旅游，用我们的实际行动为广元的旅游事业尽上我们的一份绵薄之力。

四、活动宣传标语以及一些内容只要是对旅游有着浓厚兴趣，渴望施展才华，有意识锻炼自己各专业学生，想要展示自己演讲能力的学生，均可以报名参赛。本次活动赛场地点在校内和皇泽寺及昭化古城，以“向山水找自我”为本次活动的口号。比赛分为初赛和决赛，决赛会有广元电视台做全程跟踪报道。

五、活动组织单位主办：

承办单位：经济与管理系

六、参赛对象川信学院全体学子

七、活动内容以及具体安排

1、活动方式：活动分为初赛和决赛。

2、活动内容初赛进行时间：20\_\_年5月15日（报名时间到初赛这段时间请各位报名者自行准备讲解内容以及资料）初赛进行地点：校内（自己选择景点进行讲解，注：初赛可带稿演讲）决赛进行时间：20\_\_年5月28日—29日决赛进行地点：皇泽寺和昭化古城（注：两个景区分别准备一个景点进行讲解）

3、讲解范围初赛不限讲解地点，但一定是与景区有关；决赛讲解广元市皇泽寺和昭化古城内部景点。

4、活动报名时间及地点：

报名时间：20\_\_年5月5日-5月10日报名总负责部门：旅游协会报名方式：分各系报名后再汇总报名地点。

5、比赛要求：

（1）个性突出，留给人深刻的印象。

（2）讲解得体，突出主题，语意鲜明，要突显活力，有健康向上的风采。表情“自然，大方，得体”。

（3）决赛所有讲解均必须脱稿，望各位能带给大家一个不一样的和昭化古城。

（4）讲解内容健康向上，参赛选手可大胆创新讲解方式以展现导游个性。

奖项设置：

素质学分奖励素质学分由两个部分组成：

（1）基本学分：参赛选手报名并参加主办方组织的景区讲解比赛初赛，可获取基本学分分。

（2）竞赛学分：根据获奖情况，参赛选手可以获取一定学分，详情如下：

在决赛中获奖者学分2分在决赛中未获奖者学分1分2、其它奖励最佳景区讲解创意奖（一名）景区讲解大赛一等奖（一名）景区讲解大赛二等奖（两名）景区讲解大赛三等奖（三名）景区讲解大赛优秀讲解员（八名）九、活动负责部门经济与管理系十、评分标准：

（1）评委：

由旅游局相关领导、旅行社管理人员、经济与管理系旅游专业老师担任。

（2）采取100分的评分制进行评分，最低分为50分。

旅游线路营销方案范文第二十二篇

惠游山水田园感恩回馈同行

山水田园“感恩回馈周”优惠活动

时间在不断飞逝，我们在慢慢长大。但那些在我们成长过程中，陪伴我们、激励我们不断进步的人，不会因为时光流淌而被遗忘。回首时光，您是否还记得为你辛苦操劳一辈子的父母，在你耳边谆谆教诲的老师，困难时期与您携手并进的朋友，还有与你相濡以沫的爱人??。

一年一度的感恩节即将到来，山水田园将推出“感恩回馈周”活动，请带上父母、带上爱人，走出家门，走进家门口的4A级旅游景区，开启感恩之旅，让感情在旅途中肆意流淌！

“树欲静而风不止，子欲养而亲不待”，不要再等以后了，亲，立刻行动起来吧！

活动时间：11月26日-12月2日

门票优惠：活动期间，凡50岁以上老人（凭身份件）免费入园优惠套餐：①套餐名称：山水田园感恩之旅温泉住房套餐

②套餐内容：山水田园入园门票4张+田园客栈家庭套房一套（可住3-4人）+乡村温泉4人+早餐4人

④套餐价格：原价1640元，优惠价498元

活动一：你的感恩我来传递

20\_\_年感恩节即将到来，在这个特殊的节日，你最想感恩的人是谁，你是否愿意向TA表达出内心的感激之情呢？关注本公众号回复你想感恩的话语，我们将在感恩节当天制作专题公众微信为您传递感恩信息，以昭示拳拳之心。

活动二：温泉优惠泡，泡泉享温情

为表达尊老爱幼的光荣传统，山水田园乡村温泉联合乡村酒家举办“孝道乡村——我陪爸妈泡温泉”活动，凡持有效证件年满50周岁（含）以上老年人可免费泡温泉，但须有子女陪同。送礼已经OUT了，要送就送“温暖”。

另外，“感恩周”期间，乡村温泉门票价格一律低至60元/人（门市价128元），米以下儿童全部免费，均免费赠送水果和饮料。

感恩节，感恩周，和父母，和孩子，和朋友们去泡温泉吧，在温泉中褪去这一年的烦恼，微笑着对身边人说一句：这一年，感谢有你！

活动三：美食美刻，感恩一路有你

为了感谢广大消费者对酒店的支持与陪伴，乡村酒家特推感恩节火鸡套餐菜品，包括开胃酒、玉米面包、火鸡色拉、烤火鸡、番茄浓汤、主食、甜点等。

感恩周期间，凡散客到乡村酒家就餐，每桌一律送山水田园自产有机粗粮感恩点心一份。

活动四：感恩红丝带

感恩节当天，在祈福树、祈福桥上亲手挂上红丝带，写上跟恩祝福语，祈福父母幸福安康，让每位经过祈福桥的游客都见证和祝福。

活动五：感恩祈福晚会

感恩节当晚，山水田园乡村大舞台将举办一场感恩晚会，舞蹈、演唱、朗诵、杂技、抽奖，评选等，丰富的节目、多元化的演出，为您带来幸福、平安的正能量。

11月26日-12月2日，观澜山水田园与您感恩同行，赶快带上亲友和好心情，到山水田园寻找乡村野趣，白天游山玩水，欣赏秋风习习的田园风光，傍晚和亲友享受烧烤的乐趣，晚上可以观看到精彩纷呈的晚会，在荔枝园露营，观日落看日出，在这里您将度过一个不一样的感恩周。

**景区网络营销总结（篇4）**

一．旅游营销的目的

树立品牌形象；提高‘夕阳美’知名度；宣传企业文化；培养忠实顾客；开辟联谊会新形式。

二．操作程序

a。准备工作：

1．了解顾客有哪些特长，爱好及特殊要求，在旅游之前制定出顾客表演节目的基本内容。

2．在到达旅游地点后，先确定旅游线路和休息地点，根据当地情况及时制定出相关细节内容。

3．制作一些图文并茂的健康知识彩页，内容包括：健康小常识。常见病的饮食疗法及夕阳美产品的知识等。

4．定制一些‘夕阳美’旅游飘旗发给顾客，以更好的宣传品牌。

b。联谊会程序

出发后途中可以在车上带领顾客唱一些老年歌曲（如：夕阳红在那遥远的地方等）并教唱《夕阳美》之歌。

注：由于活动一般在室外，串词应以简单随意和交流沟

通为主。

1．开场白

2．游戏（快乐接力：购置一些吸管，制作几个彩圈，用嘴叼着吸管，参加游戏的顾客分为两队“一”字排开，用吸管传递彩圈，不允许用手，传到最后时把已经准备好的气球踩破以示结束，哪组速度最快，就是获胜者）

3．讲座：以制作的健康知识彩页为中心，不仅有核酸知识，还要加入一些老年常见病的预防和治疗常识

4．保健操：可以让旅游的老同志教打太极拳，他们自编或经常做的老年健身操。

5．顾客交流：新老顾客以及咨询大夫之间沟通答疑，通过这种形式可以提高新顾客对“夕阳美”产品的信任度并提高老顾客的发言质量

6．健康辞典：提出问题选拔一位顾客作为参赛嘉宾，选择一些生活小常识的问题，然后按照阶梯奖的形式进行问答。（注：问题比较简单易懂，贴近常见的老年病，并且要幽默不失专业地加以解释。）

7．为《健康辞典》的优胜者发奖并抽取幸运奖

活动结束后，让顾客自愿地写一篇参加“夕阳美”旅游的体会，作为《夕阳美》杂志顾客版的素材。而且可以尝试旅游之前通过联谊会和其他方法大肆造势，尽可能让媒体了解此活动，从而达到巧作广告的目的。

**景区网络营销总结（篇5）**

\_\_年，我市旅游业以打造旅游品牌，加快提档升级为重点，在市委、市政府的高度重视和正确领导下，加快旅游基础设施建设，创新营销理念，不断完善旅游产品体系，实现了全市旅游业快速、健康的发展，社会效益和经济效益日益凸显。现将我局\_\_旅游工作情况报告如下：

一、打造春秋双节，树立旅游品牌

\_\_年，我局认真策划，努力筹备，成功举办了第五届千垛菜花旅游节和“金秋十月游水上森林品蟹、观千垛景区赏菊旅游月活动”。其中，千垛菜花节期间，我市共接待游客80万人次，与\_\_年相比，同比增长6.7%，实现旅游总收入4.2亿元，同比增长7.7%。旅游团队8200家，约49万人次，境外游客突破3万人次。“十一”黄金周期间，我市主要旅游景点共接待游客29.46万人次，与\_\_年相比同比增长7.4%。随着春秋两季旅游品牌节庆活动的连续成功举办，来兴游客辐射面进一步扩大，强势的媒体宣传开始逐步影响河北、辽宁和黑龙江等旅游市场，北方游客数量持续增长。浙江、安徽等周边省、市旅游市场逐步升温。自驾游数量较往年大幅度提高。

二、加快提档升级，塑造景点品质

全面启动千垛景区提档升级工作，加快景区土地流转和管理体制改革，顺利组建了景区公司，建立公司章程、财务管理等各项制度，突破季节性瓶颈>策划、丰富千垛景区旅游产品，发挥其西北部地区生态旅游引擎作用，为景区市场化、常年化运营打造坚实的基础。以创建工作全面提升景区综合实力，加快景区提档升级步伐，打破常规，在李中水上森林景区取得国家3a级旅游景区的第二年即成功创建国家4a级旅游景区，郑板桥范仲淹纪念馆成功创建国家3a级旅游景区，天宝花园大酒店成功申报四星级酒店。同时，乌巾荡湿地公园将作为市民公园对外开放。乌巾荡湿地公园开放后，将按照3a级旅游景区标准打造，为城区旅游发展增加新动力。

三、加大宣传力度，创新营销理念

旅游营销工作方面，深入调研各地旅游市场，迎合游客需求，以价格为杠杆，出台了“周末和非周末”的价格政策，联合千垛菜花、水上森林和金东门三个主要景区制定了更加优惠的联票政策，极大地调动了旅行社组团的积极性。继续坚持“走出去，请进来”的办法，相继在上海、南京、济南、青岛、徐州、苏州等14个旅游市场进行了走访和营销推介。积极参与国内旅游会展活动和各地旅游产品采购大会。加大请进来”的力度，相继组织上海、南京、济南、临沂、青岛、泰安、聊城、南京、天津等地旅行社来兴考察线路，促成组团合作。

四、完善基础设施，加大招商力度

今年，我局认真包装大纵湖、徐马荒、乌巾荡、永丰品蟹一条街和新垛水浒文化园等旅游项目，策划编制旅游招商手册和宣传材料，利用菜花节、板桥艺术节等契机发布招商信息。积极利用国家、省旅游局高端网络平台发布相关招商引资信息，同时，利用接待省旅游局、泰州市旅游局等各种机会将招商引资信息及时传递。跟踪服务好“乌巾荡温泉度假酒店”、“乌巾荡游乐城”、“水上乐园”等招引项目。

五、加大政策扶持，上争引导资金

我局积极组织协助我市旅游企业上争省旅游业发展引导资金。今年，成功获得7个项目近400万元的发展引导资金补助，较往年翻番。另一方面，我局认真贯彻《\_\_市服务业发展引导资金考核奖励办法》，鼓励景区、酒店、乡村旅游点和旅行社加快提档升级步伐，主动做好创建和申报指导工作，积极争取全市服务业发展引导资金。同时，制定了菜花节旅行社奖励办法，参考旅行社输送游客数量，针对地接社、各地区组团社分别设立了特殊贡献奖、规模名次奖，输送游客突破奖、贡献奖、鼓励奖等奖项，以现金奖励的.形式刺激旅行社加大组团力度，建立良性竞争模式。

六、宣传贯彻《旅游法》，营造良好氛围

今年，我局认真做好《旅游法》的学习宣传贯彻工作，并以此为契机，加强了对旅游市场的整治和安全管理，打击非法经营，加强对旅游行业和从业人员的教育培训及管理，保障游客和旅游经营者的合法权益和人身安全。举办培训班加强对导游人员业务素质和服务意识的提升，适应游客需求，树立\_\_规范、安全、健康旅游目的地的良好形象。 \_\_年工作思路\_\_年，我局将深入贯彻落实市委第十一届五次全会精神，在打造生态旅游业上创特色，充分利用我市“水文一体”生态文化优势，提升\_\_旅游产品品质和内涵，坚持规划引领，加快旅游行业转型升级步伐，不断夯实旅游业发展基础。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！