

体验营销视角下鼓浪屿旅游发展策略探讨

吴品懿

(厦门工商旅游学校,福建 厦门 361024)

摘要:在体验经济时代,作为国家5A景区、世界文化遗产的鼓浪屿应该积极抓住时机、创新发展。本文以体验营销的视角分别从功能体验、情感体验、经济体验、互动体验、特色体验等5个方面具体谈谈如何促进鼓浪屿旅游业的发展。

关键词:体验营销;鼓浪屿;旅游发展

前言

随着人们生活水平的提高,游客的消费需求不再简单地停留在旅游产品上,他们不仅追求旅游产品或服务的结果,更强调旅游是一个享受的过程,游客们追求享受这一过程的美好,旅游体验营销应运而生。关于体验营销的概念,目前比较权威的定义是美国伯恩德·施密特博士在《体验式营销》一书中提出的:体验营销是通过看、听、用、参与的手段,充分刺激和调动消费者的感官、情感、思考、行动、联想等感性因素和理性因素,重新定义、设计营销活动的一种新型方法^[1]。体验营销强调,企业围绕一个主题设计相应的场景,让消费者在这个场景中消费产品。在消费过程中,消费者通过自身的参与去感知产品带来的超额价值,并由此产生极大的愉悦感和满足感,最终成为该商品的忠诚消费者。因此,旅游体验营销要求旅游经营者根据游客的需求,设计出参与性较强的旅游产品,使游客通过自身体验来获得深刻持久的旅游乐趣。旅游带给游客的体验具体可分为功能体验、情感体验、经济体验、互动体验、特色体验等5个方面^[2]。下面笔者将以鼓浪屿为例,具体谈谈如何运用体验营销促进鼓浪屿旅游业的发展。

功能体验

不同游客通常有不同的喜好或旅游目的,个性化的旅游路线将给游客带来美好的功能体验,从而提升他们的旅游满意度。为了强化游客的旅游功能体验,鼓浪屿旅游产品可以开发设计不同的主题线路,例如美食之旅、音乐之旅、康养之旅、老别墅之旅、博物馆之旅和名人之旅等,以满足游客的不同兴趣。以美食和音乐之旅为例。首先,作为一个海岛,鼓

浪屿有着丰富的海洋渔业资源,可以让游客尽情享受鲜美的海鲜大餐,同时街头巷尾也不乏当地特色小吃,如龙头路鱼丸汤、海蛎煎、土笋冻、叶氏麻糍、鼓浪屿馅饼等。对于喜欢美食的游客,要注重强化他们的美食体验。其次,对于喜爱音乐的游客,可以安排其在鼓浪屿音乐厅欣赏高雅曲目,并结合唱片博物馆的经典黑胶唱片,钢琴博物馆的悠扬古琴,当地的乡音——歌仔戏、南音等音乐鉴赏活动。晚上还可以组织一场沙滩音乐会,使古典与现代、高雅与流行完美结合,带给游客一场视听盛宴之旅。总而言之,旅游经营者应精心设计多条路线,并在线上、线下进行广泛宣传,让游客们可以根据自己的喜好自由选择,从而获得满意的功能体验。

情感体验

关注游客的内在情感需求,体现关怀,努力为游客创造积极正面的情感体验,这是旅游经营者应该深入探索的重点之一。游客大多希望在旅途中放松身心,摆脱工作中的紧张压力。而鼓浪屿正是这样一个远离车水马龙喧嚣的美丽海岛。旅游经营者需要借助敏锐的观察力为游客提供管家式贴心服务,以增强游客的情感体验,让游客尽情享受自然恬静轻松的旅途生活。例如为睡眠质量差的游客提供安静的酒店房间,安排睡前晚安牛奶和催眠轻音乐;为烦恼压力大的游客增加“面朝大海,春暖花开”的瑜伽健身、品茗下棋、温泉疗养等项目,从而达到彻底放松身心的目的。再如为亲子游的家庭设计沙滩团队合作游戏,让家庭成员在游玩过程中增加感情,体验家庭的温馨与快乐,促进家庭关系的和谐与发展。总的来说,旅游过程中的情感关怀是一种细致入微、全面周到的关心和帮助,它能够让

游客在旅途中收获满满的情感慰藉和美好回忆,从而赢得游客们的信赖和偏爱。

经济体验

对于游客而言,经济体验其实就是一种价值体验,旅游经营者要通过优质服务和附加利益让游客感到物有所值甚至是物超所值,从而提高游客的满意度,形成良好的口碑,吸引他们再次前来或推荐亲友来游玩。大多数游客在旅游时把性价比放在首位,因此旅游经营者在制定鼓浪屿旅游线路价格时应以性价比高为出发点,充分考虑不同类型游客的需求特点及出游时间等因素,以此来制定合理的价格。比如针对老年游客,可以建议他们淡季错峰出游,这样不仅可以享受到淡季线路折扣的优惠,还可以获得淡季“升级房间”的奖励——“普通标间升级豪华标间,豪华标间升级海景标间”等;针对年轻的情侣游客,可以建议他们首选鼓浪屿作为蜜月旅行地和婚纱外景拍摄地,为他们提供免费精心布置的浪漫蜜月房间、免费精修旅拍照片等服务。

互动体验

体验营销的优势就是让消费者参与到产品的消费过程中与商家产生互动,并通过这种互动让消费者产生更真实的消费体验,从而印象深刻。在当今这个互联网高速发展、资讯飞速传播的时代,鼓浪屿旅游经营者应该充分利用微博、微信、抖音、美团等各大网络平台扩大宣传。一方面要详细介绍鼓浪屿风情地貌、提供鼓浪屿的各种旅游资讯,在线回答游客关于鼓浪屿各条旅游线路的相关问题,另一方面可以与游客在线实时互动,及时分享游客在鼓浪屿的旅游故事和美景美照等。除了线上互动外,线下工作人员也要积极配合,设计各种适合游客参与的节目,充分调动游客在旅游过程中的积极性和参与性,提高游客的互动体验。例如,在鼓浪屿海天堂构里的木偶戏表演结束后,可以设计几个简单的动作,让感兴趣的游客自己上台表演,增加趣味性和参与性,让游客留下深刻印象。同时可以鼓励游客发朋友圈宣传,进一步扩大景区影响力。

特色体验

要让游客印象深刻,特色体验尤为重要。说到鼓浪屿的特色体验活动,就必须提到这项起源于厦

门流行于闽南地区的中秋博饼习俗。据说是当年郑成功屯兵厦门时,部下为了缓解将士们的思乡之情而发明的博饼游戏,现已入选国家级非物质文化遗产。建议在每年中秋节前后一个月,在鼓浪屿的轮渡码头处,设置博饼的用具,并将规则张贴于旁,每位上岛的游客可免费参加一次博饼活动。奖项按照博饼规则来设计,奖品则采用鼓浪屿特色文创产品或景点门票等,如博到“状元”可获得鼓浪屿官方五大核心景点联票一张,还可以穿上状元服拍照留影发朋友圈,以此来吸引其他游客积极了解和参与这项有趣的国家级非遗特色体验活动。

此外,旅游经营者还需关注特色旅游纪念品或伴手礼的设计。厦门拥有多项国家级、省级非遗项目及技艺,建议在鼓浪屿开设一家大型的非遗项目综合展示馆,把这些具有地方特色的非遗项目分厅展示,具体可开设厦门漆线雕、厦门珠绣、惠安石雕(影雕)、厦门布袋木偶戏(闽南皮影戏)、闽台青草药、珠光青瓷、鼓浪屿馅饼等七大分馆,分别向感兴趣的游客详细地介绍该项目技艺的前世今生,鼓励游客亲自动手参与设计或制作。例如让游客把自己最满意的一张鼓浪屿旅游照片刻入惠安影雕中,组织游客自己动手制作鼓浪屿馅饼、闽南艾草香包等。这样的旅游纪念品(或伴手礼)对游客来说更有意义,游客在参与过程中也能够得到特色体验和互动体验结合的双重效果。

结语

对体验营销而言,消费者的体验感受十分重要,一次美好的旅游体验能够令游客流连忘返,收获愉悦心情,并乐于为景点进行自发宣传。因此,鼓浪屿旅游经营者要从功能体验、情感体验、经济体验、互动体验、特色体验5个角度出发,全方位、全过程地提升游客的体验感受,在提供感官愉悦的同时,满足游客文化层面追求,不断提高游客的满意度,促进游客的口碑宣传。

参考文献

- [1] 伯恩德·施密特,著. 体验式营销[M]. 张愉,徐海虹,李书田,译. 北京:中国三峡出版社,2001.
- [2] 严琳.“互联网+”背景下城市民宿业体验营销策略探究[J]. 中国市场,2023(2): 194-196.