

المقدمة:

تمثل السياحة ركيزةً أساسيةً في الاقتصاد العالمي، وتشكل وسائل الإعلام الحديثة، ولا سيما منصات التواصل الاجتماعي، أدوات محورية في تعزيز هذا القطاع الحيوي. ومع التطورات المتسارعة في المجال الرقمي، أصبح الإعلام السياحي وسيلة فعالة لنشر الوعي، وجذب الزوار، والترويج للمقومات السياحية المتنوعة حول العالم.

تأتي دورة "الإعلام السياحي والترويج عبر مواقع التواصل الاجتماعي" لتزويد المشاركين بالمعرفة النظرية والمهارات العملية اللازمة لتوظيف منصات التواصل الاجتماعي في التسويق السياحي بفعالية. تركز الدورة على تصميم استراتيجيات تسويقية مدروسة، وإنشاء محتوى رقمي إبداعي، وقياس الأداء من خلال أدوات تحليل متقدمة لضمان الوصول إلى نتائج تسويقية ملموسة تعزز من مكانة الوجهات السياحية على الساحة الرقمية.

الفئات المستهدفة:

تخاطب هذه الدورة مجموعة واسعة من العاملين والمهتمين بالمجال السياحي والتسويق الرقمي، وتشمل:

- المتخصصين في التسويق الرقمي العاملين في القطاع السياحي.
- مدراء الترويج في الوجهات السياحية.
- موظفي العلاقات العامة في مؤسسات السياحة والفندقة.
- العاملين في وكالات السفر والشركات السياحية.
- أصحاب المشاريع السياحية الصغيرة والمتوسطة.
- المرشدين السياحيين الراغبين في تعزيز حضورهم الرقمي.
- صناع المحتوى الرقمي والمصورين المهتمين بالسياحة.
- الأفراد الساعين لتطوير مهاراتهم في مجال التسويق عبر منصات التواصل.

الأهداف التدريبية:

عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- بناء استراتيجيات تسويق رقمية فعالة تتناسب مع طبيعة الوجهات السياحية.
- تصميم محتوى ترويجي جذاب يعكس الخصوصية الثقافية والجمالية للمواقع السياحية.
- استخدام أدوات تحليل الأداء لقياس فعالية الحملات الترويجية وتطويرها.
- إدارة الحسابات والصفحات السياحية باحتراف على مختلف منصات التواصل.
- تعزيز التفاعل مع الجمهور المستهدف وزيادة نطاق الوصول الرقمي.

- اكتساب المهارات اللازمة للتعامل مع الأزمات الإعلامية بمرونة ومهنية.
- تقوية العلامة التجارية للوجهة السياحية من خلال التواصل الفعال.
- استثمار الشراكات مع المؤثرين الرقميين لتحقيق انتشار أوسع للحملات.

الكفاءات المستهدفة:

تسعى هذه الدورة إلى تنمية مجموعة من الكفاءات الحيوية لدى المشاركين، من أبرزها:

- القدرة على ابتكار محتوى مرئي ونصي مخصص للسياحة.
- وضع وتنفيذ استراتيجيات تسويق رقمي موجهة.
- تحليل البيانات المرتبطة بأداء الحملات على وسائل التواصل.
- التفاعل مع الجمهور وإدارة سمعة الوجهة السياحية.
- استخدام أدوات الإعلان الرقمي والترويج الفعال.
- تنظيم المحتوى والصفحات السياحية بأسلوب احترافي.
- بناء هوية رقمية متميزة للعلامات السياحية.
- معالجة التحديات والأزمات الإعلامية ضمن السياق السياحي.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: مدخل إلى الإعلام السياحي والترويج الرقمي

- التعريف بالإعلام السياحي ودوره في تنشيط الحركة السياحية.
- أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كقنوات ترويج رئيسية.
- تطور أدوات التسويق السياحي الرقمي وأثرها على قرارات السفر.
- تحليل أمثلة ناجحة لحملات سياحية رقمية فعّالة.
- دراسة تأثير منصات التواصل على توجهات وسلوكيات السائحين.

الوحدة الثانية: استراتيجيات التسويق الرقمي في المجال السياحي

- المبادئ الأساسية لبناء خطة تسويقية رقمية فعّالة.
- تحديد الجمهور المستهدف وتخصيص الرسائل التسويقية.
- تطوير محتوى يتوافق مع هوية الوجهة السياحية.

- ترويج الفعاليات والعروض عبر القنوات الرقمية.
- كيفية اختيار والتعاون مع المؤثرين الرقميين في القطاع السياحي.

الوحدة الثالثة: إنتاج محتوى سياحي احترافي وجذاب

- أنواع المحتوى الأنسب للترويج السياحي (نصوص، صور، فيديوهات، قصص).
- تعزيز المحتوى البصري باستخدام تقنيات التصوير الاحترافي.
- كتابة منشورات تسويقية مشوقة تعتمد على أسلوب السرد القصصي.
- أدوات تحرير المحتوى الرقمي (Canva, Adobe) ، وغيرها.
- تطبيق المبادئ الإبداعية في سرد تجربة السفر والترويج لها.

الوحدة الرابعة: التحليل وقياس الأداء للحملات الرقمية

- أهمية التحليل التسويقي في تحسين الحملات الترويجية.
- استكشاف أدوات تحليل مثل Facebook Insights, Google Analytics.
- تعريف وتطبيق مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في السياحة الرقمية.
- إعداد تقارير تفصيلية لقياس فاعلية الحملات.
- استراتيجيات اتخاذ القرار بناءً على نتائج التحليل.

الوحدة الخامسة: إدارة الأزمات والتفاعل الذكي مع الجمهور

- الخطوات العملية للتعامل مع الأزمات الإعلامية في السياحة.
- استراتيجيات الرد على التعليقات السلبية والشكاوى الرقمية.
- تحسين العلاقة مع الجمهور من خلال التفاعل المستمر والإيجابي.
- بناء مجتمع رقمي متفاعل يعزز من مكانة العلامة السياحية.
- الحفاظ على السمعة الرقمية للوجهة من خلال الاتساق في الرسائل والردود.

الخاتمة والتوصيات:

تمنح دورة "الإعلام السياحي والترويج عبر مواقع التواصل الاجتماعي" المشاركين القدرة على تسخير الأدوات الرقمية في خدمة التسويق السياحي بطريقة استراتيجية ومبدعة. وتتيح لهم الفرصة لفهم عميق لكيفية الوصول إلى الجمهور

المستهدف، والتفاعل معه، وبناء صورة ذهنية قوية للوجهات السياحية على الإنترنت.

ينصح المشاركون بالاستمرار في تطوير مهاراتهم الرقمية، ومتابعة التغيرات السريعة في خوارزميات المنصات الاجتماعية، كما يُوصى بتطبيق المعارف المكتسبة عمليًا لتعزيز فرص النجاح في الحملات الترويجية المستقبلية.