إستراتيجيات تعافي القطاع السياحي بعد الجائحة

كتبه حفصة جودة | 23 يوليو ,2020

ترى منظمة السياحة العالمية أن الأزمة الحاليّة أثرت على قطاع السياحة في مختلف دول العالم بشكل غير مسبوق، فقد تسببت في خسارة الملايين لوظائفهم وتسببت في انهيار اقتصاد بعض الدول، لكن المرونة التي يمتلكها قطاع السياحة تمنحنا الأمل.

دعا رئيس المنظمة مختلف الدول إلى دعم قطاع السياحة ماليًا وسياسيًا وإدراجه في خطط التعافي واسعة النطاق، كما شدد على ضرورة أخذ إجراءات الوقاية من الفيروس على محمل الجد، فالالتزام بإجراءات السلامة اليوم يساعدنا على السفر غدًا.

والأربعاء 22 يوليو/ تموز، أعلنت الصحة العالمية أنه من غير الممكن التوصل للقاح لفيروس كورونا قبل 2021، ما يعني أن إجراءات الوقاية من العدوى وحالات الإغلاق الجزئي أو الكلي ستتواصل وإن بشكل متفاوت في عدد من دول العالم.

مراحل الأزمة

هناك مراحل عامة تمر بها أي أزمة، تبدأ أولًا بالتنبوء بالأزمة حيث تشير الدلائل إلى أزمة وشيكة الحدوث، بعد ذلك تبدأ علامات الإنذار المبكرة لكن عادة ما يتم تجاهلها أو إساءة تفسيرها مما يدفعنا إلى المرحلة التي تليها وهي فرض الطوارئ للحفاظ على سلامة الناس، ومع استمرار الأزمة تظهر بعض الحلول قصيرة المدى لحل الأزمة، ثم نبدأ في مرحلة التعافي وإيجاد الحلول.

ماذا نفعل في أثناء الأزمة؟

هناك بعض الإجراءات التي يمكن اتخاذها في أثناء حدوث الأزمة لتساعد في مرحلة التعافي لاحقًا، لا بد من إعداد خطط لإعادة التشغيل وتقييم الموقف والبحث عن أسواق جديدة لاستهدافها بعد الأزمة مع ضرورة تنويع الأسواق حتى لا نعتمد على مصدر واحد.

> من الضروري أن ننظر إلى التطورات التكنولوجية وما الذي يمكننا أن نستفيد به منها لإنعاش السياحة

يجب استغلال تلك الفترة لإعادة تدريب العاملين في هذا القطاع ودعمهم ليكونوا على استعداد فور انتهاء الأزمة، ومن الجيد أن تبدأ خطط استهداف السوق المحلية وتعزيزها، فقد اتضح أن السياحة المحلية ستصبح أكثر رواجًا، مع وضع الخطط أيضًا للحفاظ على سلامة السياح الدوليين.

محاور تعافي السياحة

الوقت: يحتاج صناع السياحة إلى التفكير جيدًا في توقعات السياح وكيفية استغلال فترة الهدوء الحاليّة لتطوير مشاريع سياحية.

تطوير المنتجات: حان الوقت لتطوير ما يقدمه مجال السياحة للمستهلكين وكيف يمكن أن يبدو الوضع الجديد؟ وما الذي يجب فعله للحفاظ على سلامة المستهلكين.

التقنية: لا بد من إعادة النظر في أهمية التكنولوجيا وأنها مفتاح المستقبل، لذا من الضروري أن ننظر إلى التطورات التكنولوجية وما الذي يمكننا أن نستفيد به منها لإنعاش السياحة.

الشراكة: يحتاج التعافي إلى مزيد من المال، لذا من الأفضل أن تنشئ شركات السياحة شراكات بين بعضها البعض أو شراكات مع الدولة للعودة إلى العمل بشكل أفضل.

إستراتيجيات تعافي السياحة

يرى الخبراء أنه من الضروري أن نعتاد "الطبيعي الجديد" في مجال السياحة والسفر، ويجب على العاملين في مجال السياحة أن يستعدوا جيدًا ليكونوا على مستوى الحدث عندما تعود السياحة مرة أخرى.

هذه بعض الإستراتيجيات التي اتفق عليها الخبراء لتعافي السياحة:

مواءمة الخبرات: حان الوقت للإبداع والابتكار، ولأننا نعيش في حضارة رقمية الآن فلا بد من تطوير أدوات التسويق لتتناسب مع الواقع، يجب أن تبدأ شركات السياحة في التخطيط للرحلات المستقبلية وضم وجهات ومعالم سياحية جديدة، ومن الممكن التشجيع على تلك الوجهات الجديدة من خلال عرض جولات افتراضية لها عبر الإنترنت، كما يحتاج صناع السياحة لتركيز جهودهم على بناء مجتمع سياحي والاتصال بشكل أكبر مع الجمهور المستهدف.

إعداد خطة التعافي: يجب أن يبدأ صناع السياحة في البدء بوضع خطة التعافي والانتعاش السريع مع مراعاة التغيرات التي سببتها الأزمة والاستعداد بشكل جيد للعمل عندما يزدحم السوق مرة أخرى.

تعزيز السفر الجماعي: مع تخوف السائحين الآن من أي تجمع بشري خوفًا من العدوى، لا بد أن يفكر صناع السياحة جيدًا في إستراتيجيات للحث على السفر الجماعي وتنظيم جولات جماعية مع الحرص على سلامة السائحين ومنحهم الشعور بالأمان.

جذب المستهلكين: يجب أن نبدأ بالاهتمام بالمستهلكين بشكل شخصي عن طريق معرفة اهتماماتهم الشخصية وما الذي يفضلونه، وتقديم ذلك في إعلانات جيدة التصميم، فأكثر ما يجذب المستهلك هو مشاهدة إعلان مرئي يعرض ما يحبه حقًا ويبدو مألوفًا له.

إعداد خطط الصحة والسلامة: نظرًا لتأثير الجائحة العظيم، فحتى بعد عودة السياحة سيكون المسافرون أكثر حذرًا، لذا كلما كانت إجراءات السلامة والصحة واضحة وسهلة التطبيق كلما تملك المسافرون الشعور بالأمان.

ارو قصتك: تعد الحكاية من أفضل طرق التسويق فعندما يراك المستهلك في المكان الذي يود زيارته ويرى ماذا فعلت هناك وكيف قضيت وقتك سيشعر بالواقعية ويدفعه ذلك لاختيار وجهة السفر التي تسوق لها.

ماذا الآن؟

تعد العلاقات الآن من أهم الأشياء التي يجب أن يحافظ عليها صناع السياحة، فالحفاظ على العملاء أهم ما يجب فعله حاليًا ومن الضروري طمأنتهم وتلبية احتياجاتهم، وعلى صعيد الهيئات من الجيد أن تتعاون مع الشركات التي تعمل في هذا المجال وكذلك الجهات المتعلقة بها مثل المطاعم المحلية ومقدمي الخدمات الصحية للسائحين، فهذا الأمر سيحسن الأوضاع بعد انتهاء الجائحة.

بعد انتهاء الجائحة لن يعود الوضع لما كان عليه سابقًا، لذا يجب أن يستعد العاملون في المجال جيدًا لمواكبة المستقبل وإدارة الوضع بشكل مناسب بعد الجائحة.

رابط المقال : https://www.noonpost.com/37526/