

Az amerikai turisztikai ágazat szereplőinek több mint kétharmada szerint a kereső optimalizálás és az e-mail marketing a leghatékonyabb on-line marketing eszközök

A turisztikai szakma egyre nagyobb hangsúlyt fektet az on-line marketingre, az előző évhez képest kétszer annyi vállalkozás tervezi, hogy marketing költségvetésének több mint 20%-át fogja on-line marketingeszközökre költeni – derül ki a New York-i Egyetem Tisch Center for Hospitality, Tourism, and Sports Management intézete és a PhoCusWright Inc. felméréséből. A kutatást 56 fő részvételével végezték, akik a legjelentősebb ágazati szereplők (szállodák, légitársaságok, autókölcsönzők, tour operátorok, stb.) marketing vezetőit képviselték.

A tanulmány eredményei szerint a címzettek által engedélyezett e-mail a legfontosabb marketingeszköz, míg a blogok (rendszeres internetes cikkek, például naplók), a metakeresés (keresők keresése) és a különféle linkgyűjtemények hatását nem látják bizonyítottnak vagy nem találják azokat hatékonyak a marketingvezetők.

2004-hez képest:

- A válaszadók 74%-a többet költ a honlap megjelenésére és használhatóságára. 73%-uk többet költ e-mail marketingre.
- 64% többet költ kereső optimalizálásra (search engine optimisation, SEO).
- Több mint 66% úgy véli, hogy a SEO és az e-mail marketing a leghatékonyabb on-line marketing eszközök.
- Kettőből egy marketinges a honlap megjelenésének és használhatóságának javítását tartja a legsikeresebb kezdeményezésnek.

A kutatás megállapította a következőket is:

- Az on-line hirdetést tekintve a válaszadók 79%-a az e-mail-t jelölte meg domináns eszközként.
- A három legfontosabb, a jövőbeni marketing stratégiára is hatást gyakoroló eszközként a következőket említették: metakeresés, vírus marketing és engedélyezett e-mail, utóbbit jelölték meg a legfontosabbként, kikötve azt, hogy korrekt módon kell használni.
- Az on-line utazási irodák egyötöde kevesebbet fog költeni on-line értékesítésre és reklámozásra.
- A blogokat a túlnyomó többség a legkevésbé hatékony marketing eszköznek tartotta és nem sok növekedési potenciált lát benne.

([PhoCusWright's FYI](#), 2005. június)