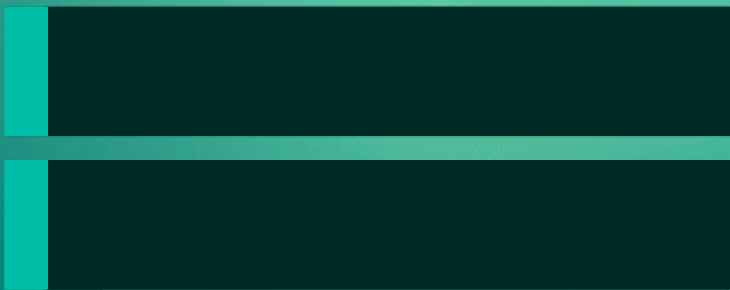


毕业旅游推广方案



目录

- 目标市场分析
- 产品策略
- 定价策略
- 推广与营销
- 服务与支持
- 预期效果与评估

contents

01 目标市场分析





目标客户群体

大专院校应届毕业生

即将毕业的学生，有强烈的旅游愿望和需求

。

20-30岁的年轻人

具有一定经济基础和旅游意愿的年轻人，追求新鲜、刺激和个性化的旅游体验。



家庭客群

家庭出游的客户群体，注重旅游品质和亲子互动。



客户需求分析

放松心情、缓解压

力

毕业生在毕业前夕面临就业、升学等多重压力，旅游成为他们释放压力、放松心情的方式。

体验新鲜事物

年轻人追求新鲜刺激的旅游体验，渴望探索未知的领域和感受不同的文化氛围。

亲子互动、家庭团

聚

家庭客群注重旅游过程中的亲子互动和家庭团聚，希望通过旅游增进家庭关系。



竞争对手分析

同行旅行社

提供类似旅游线路和服务的旅行社，价格、服务和产品质量是主要的竞争因素。

在线旅游平台

如携程、去哪儿等在线旅游平台，拥有丰富的产品资源和用户口碑，是主要的竞争对手。

独立旅游网站

一些独立旅游网站提供个性化的定制服务，满足客户对个性化旅游的需求，也是竞争对手之一。



02 产品策略



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/748032010130006110>