باقات سياحية لاستهداف السائح المنفرد

تزامنًا مع اقتراب دخول التأشيرة السياحية الخليجية «الموحدة» حيز التنفيذ مطلع 2025، واعتدال الأجواء المناخية في المنطقة، شرعت شركات سياحية، ومنظمو رحلات، في البدء بإعداد برامج سياحية وترفيهية، تستهدف السائح «المنفرد» الواحد، بعدما كان التركيز يستهدف المجموعات السياحية ويتجاهل السائح المنفرد.

كما تعمل تلك الشركات ومنظمو الرحلات على توفير باقات سياحية، بأسعار متفاوتة ومناسبة.

ويستهدف رجال أعمال ومستثمرون تجهيز «غرف» سكنية «مفردة» بأسعار مناسبة داخل دور الإيواء في الفنادق والشقق المخدّمة.

وسيلة تسويق

أوضح مهتمون بالشأن السياحي، أن فكرة استهداف السائح «المنفرد» الواحد، هي بمثابة وسيلة «تسويق» سياحي من خلال السائح «الواحد»، حيث يتم التركيز على أنه سينقل تجربته السياحية إلى آخرين عبر حساباته في وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها، وبالتالي اتساع وصول السائحين من خلال السائح

«المنفرد»، ومثل ذلك التسويق «غير المباشر»، يعد أكثر قبولًا عند المتلقين.

جولات فردية

قال رئيس مجلس إدارة الجمعية السياحية «ملفنا» شاكر العليو لـ«الوطن» إن الجمعية تعمل على الاستفادة من كل الأفكار، كما تركز على تصميم برامج تلبي احتياجات السائحين المنفردين وتعزز تجربتهم الفريدة، ومن بين برامج الجمعية الموجهة للسائح الواحد والتي من المزمع إطلاقها خلال الأيام المقبلة:

01- تصميم برامج فردية مرنة ومخصصة:

• إعداد باقات مخصصة للسائح الواحد، تتضمن جولات فردية مع مرشدين سياحيين محليين، أو «مرشد افتراضي».

• توفير خيارات لتجربة السياحة المناطقية، فمثلا في الأحساء حيث مقر الجمعية سنركز على ثقافة الأحساء مثل زيارة المزارع التقليدية، والأسواق الشعبية، والمواقع التراثية بطريقة تتيح للسائح الشعور بالراحة والاستقلالية.

2. استهداف السائحين المنفردين عبر المنصات الرقمية:

• تطوير تطبيق خاص بالجمعية يتضمن برامج فردية تفاعلية.

• التعاون مع مواقع السفر العالمية مثل TripAdvisor، وExperiences Airbnb، لنشر برامج تناسب السائحين المنفردين.

3. إبراز قصص تجارب السياح:

• إنشاء محتوى مرئي أو مكتوب يعرض قصص السائحين المنفردين وتجربتهم في المملكة، مما يجذب مزيدا من السائحين من هذه الفئة.

• الترويج من خلال وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام وسوم (hashtags) مرتبطة بالسفر الفردي.

4. تسهيل الوصول إلى المملكة:

• التعاون مع شركات الطيران والقطارات للترويج لبرامج الجمعية من خلال تقديم خصومات أو باقات شاملة.

• إنشاء دليل إلكتروني يتضمن جميع وسائل النقل للوصول إلى كل منطقة من المناطق، وكيفية التجول داخلها بسهولة.

5. الاهتمام بتوفير الراحة والأمان:

• تجهيز أماكن إقامة توفر بيئة آمنة وودية للسائح الفرد.

• توفير دعم مباشر (Hotline) للسائحين للإجابة عن استفساراتهم أثناء رحلتهم.

النزل (الهوستل)

أبان علي العلي «مهتم بالسفر والسياحة»، أن السائح «المنفرد»، يمكنه أن يروي شغفه في عدة أماكن وأنشطة سياحية، مثل ممارسة رياضة الهايكينج (مع توافر كامل مستلزمات السلامة)، وتوفير مواقف خاصة للبيوت المتنقلة، وركوب القوارب، والدباب البحري، والعديد من الأنشطة على الساحل، وفي الصحراء والجبال وغيرها، والاستجمام في هذه الأجواء سيكون ذا طابع مُميز.

وأوضح أنه قد لا يحقق السائح «المنفرد» مردودا اقتصاديا «قويا»، بيد أنه ينقل تجربته إلى شعبه ومجتمعه وأصدقائه وكثير من الناس هم أشخاص «سمعيون»، حيث يفضلون عمل تجارب مُشابهة لما يشاهدونه في وسائل التواصل الاجتماعي، ومن المعروف عن ذلك، أن أفضل «تسويق» هو التسويق «الكلامي» مع تغطيات مباشرة من واقع وموقع الحدث.

ولفت إلى أنه قد يكون من بين الصعوبات بالنسبة للسائح «المنفرد»، هو حاجز «اللغة»، بيد أن بإمكانه طلب مُرشد سياحي «محلي»، مع توفر عدد من المرشدين والمرشدات، الذين يتحدثون بلغات أجنبية

عدة بطلاقة.

وأشار إلى أن السائح «الأوروبي» مثـًلا قد يكون معتادا على النزل (الهوستل)، والذي يحوي نزلاء من عدة جنسيات في غرفة واحدة، وهذا قد لا يتوافر في جميع المدن.

السائح المنفرد

ـ هو السائح الذي يعتمد على نفسه في إعداد برنامجه السياحي دون السياحة مع مجموعات