

מהו מקור ההשראה הנפוץ לנסיעות? טלויזיה, סרט או רשתות חברתיות?

Posted on 22 ביולי 2019 by גלי לויטה ליבוביץ



לא תאמינו מה גורם לנו לבחור את היעד הבא של החופשה שלנו, ולמי אנחנו באמת מקשיבים, כשאנחנו מחפשים מקור מידע איכותי

Categories: [מה חדש?](#), [ראשי](#)

Tag: [איך בוחרים יעד לחופשה](#), [בחירת יעד](#), [בחירת חופשה משפחתית](#), [אינסטגרם](#), [רשתות חברתיות](#)

האינסטגרם הולך וצובר תאוצה, במיוחד בעונת הנסיעות בה נראה שכל ישראלי שני משתזף על שפת הים, מבקר במקום אקזוטי או מטייל ביערות ואגמים מרהיבים. נשאלת השאלה, האם אותן תמונות מרהיבות וסרטונים מהממים, משפיעים על בחירת היעד הסופי.

מסקר של אלפי מבוגרים בבריטניה, שהוזמן על ידי סוכנות המדיה הבריטית eight&four, עולה כי האינסטגרם נמצא בירידה, בכל הקשור להיותו מקור השראה לבחירת יעד הנסיעה, כפי שדווח במגזין [traveldailynews](#).

רק 7% מהנופשים בבריטניה סיפרו כי הרשתות החברתיות משמשות כמקור השראה לבחירת היעד לנסיעה. כ-30%



מהנשאלים טענו כי דווקא הטלוויזיה והסרטים בהם הם צופים, מעלים רעיונות לחופשה הבאה.

20% מהמשתתפים במחקר הודו כי הם מעדיפים להשתמש בחוברות כדי לבחון את האפשרויות העומדות בפניהם, 27% אוהבים את הקשר האישי עם סוכני הנסיעות ו-29% יקשיבו לבני משפחה ולחברים.

המסקנה האופרטיבית מתייחסת לחברות וסוכנויות הנסיעות, שצריכות לחשב מסלול מחדש, בכל הקשור לשיח עם הנוסעים הפוטנציאליים ועל מציאת דרכים חדשניות של שימוש בתכניות טלוויזיה וסרטים.

לסיכום, אין כמו המלצה אישית, קשר ישיר עם סוכני הנסיעות ומקורות מידע מהימנים כמו המדיה והאינטרנט, שחייבים להיות אותנטיים ואמינים כדי להיות יעילים יותר בהחלטות נסיעות מעוררות השראה. ואולי הכי חשוב, כמו כל דבר בחיים להיות מאוזנים ובחירת היעד הבא תהיה מבוססת על תמהיל נכון שמשלב מדיה חברתית, מדיה כתובה, אינטרנט, סרטים, סוכני נסיעות, משפחה וחברים.

חופשה נעימה