

第4章

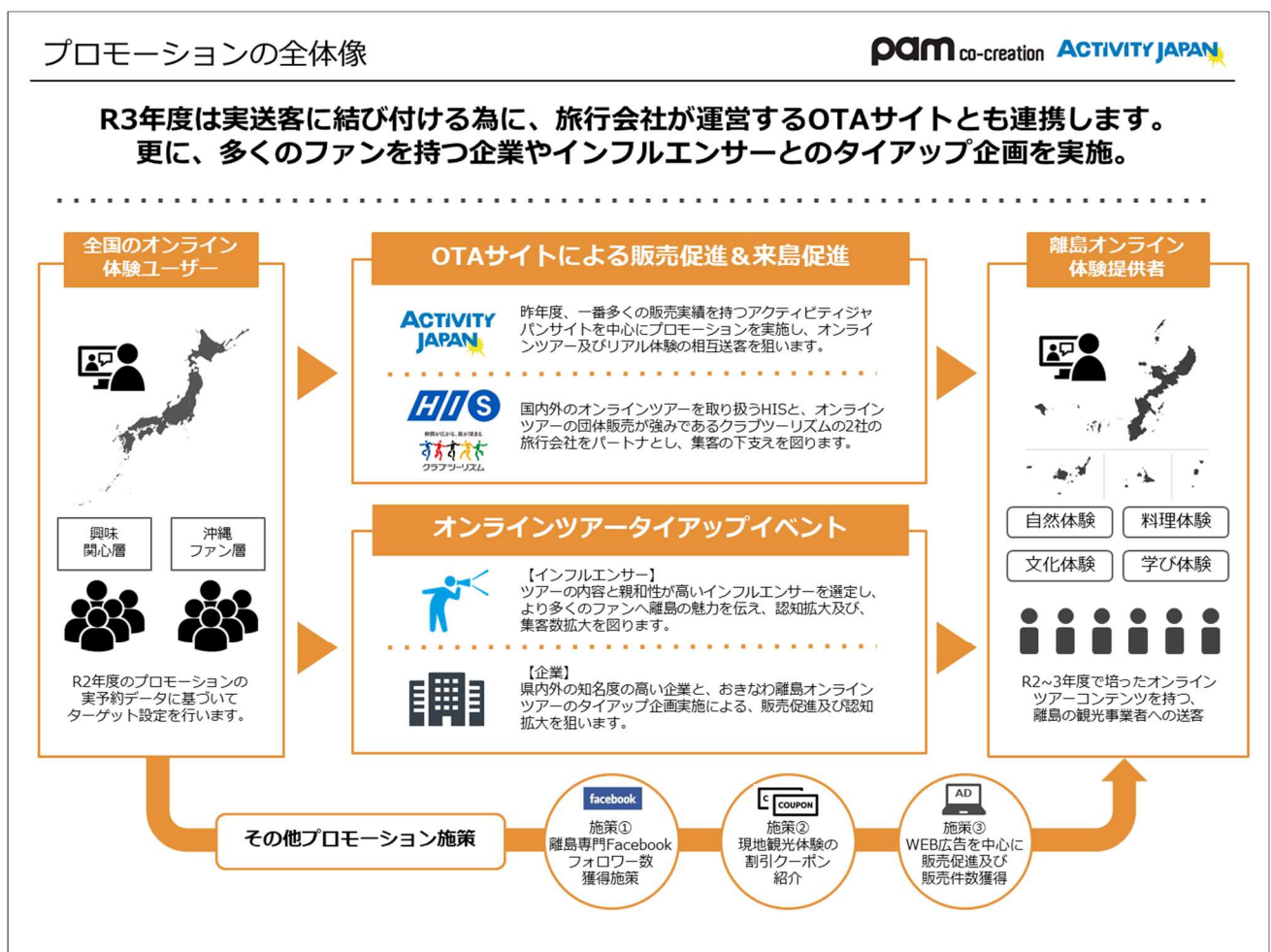
販売促進に向けた広報施策

第1節 広報施策の基本戦略と全体像

第1項 広報施策の基本戦略

旅行会社が運営する予約サイトとも連携し、実送客への結び付けを図る。更に、多くのファンを持つ企業やインフルエンサーとのタイアップ企画を実施する。令和2年度にオンラインツアーを購入したユーザーへのアンケート調査及び分析結果より、空いた時間に非日常を感じたい40~50代、女性を中心にターゲットを設定し、「手軽さ」と「現地体験・対話型」のニーズに合わせたマーケティング施策を実施する。

第2項 広報施策の全体像



第3項 広報施策の全体スケジュール

No.		実施内容	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
1	予約 サイト	アクティビティジャパン	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
2		HIS			■	■	■	■	■	■	■	■	■		
3		クラブツーリズム			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
4	オン ライ ン イ ベ ン ト	5/1GW		■											
5		8/28ディスカバージャパン					■								
6		9/18クラブツーリズム						■							
7		琴平バス 個人客向け			■	■		■	■		■				
8		琴平バス 団体向け								■	■		■	■	
9		忘年会									■				
10		ムーチャーづくり体験											■	■	
11		島らっきょう料理体験												■	
12		温活イベント													■
13		—	Facebook広告	■	■	■	■	■	■			■	■	■	
14	そ の 他	プレスリリース	■		■		■			■	■		■		
15		Twitterキャンペーン			■										
16		イオンレイクタウン			■										
17		企業向けモニターツアー							■	■			■	■	
18		団体向け貸切ツアー									■				
19		アクティビティジャパン体験記事							■	■	■	■	■	■	
20		メルマガ配信						■	■	■	■	■	■	■	
21	—	Facebookアカウント投稿	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
22		Twitterアカウント投稿			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	