

2023年景区旅游宣传策划(实用5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

景区旅游宣传策划篇一

一. 熟悉线路，接团前做好充分的准备。

a.出全陪前，先要了解目的地的情况，以及注意事项。(给地接导游团款时，索要收据)

b.地接要了解各个景区的情况。特别是节假日。

二.用心服务。做旅游就是做服务。服务是关键。带团除了讲解就是服务。用心服务，无论客人素质高低，只要用心去服务总是对的。但服务并不等同于服务员。在餐厅就餐时，如果餐厅不是很忙，就没必要端菜送饭。有时候，遇到素质低的客人看到你做服务员做的事，他就会帮你当成服务员。如果餐厅很忙，那就有必要帮忙上菜。记得曾经出全陪时，有个很优秀的地接跟我说过，一个优秀的导游就是导游，不是服务员。服务也是要看情况和具体事情的。

三.注意协调，随机应变，以不变应万变。出现问题不能慌，要及时果断处理。七月份，带了一个团，矿里职工赴海南疗养。因种种原因，未召开行前说明会，导致车赴机场时，出现了一系列状况。虽然这事于导游无关，因为带此团的全陪导游是自己，所以，当时情况下，只有道歉和安抚客人情绪，尽力减少公司损失。

四.书到用时方恨少。很多时候会被客人的一个问题问的哑口无言。一次带老年团，在讲到凯恩集团时，一位退休老教师

问，王白浪是遂昌人吗？当时的我只能惭愧的说抱歉。我确实不知道王白浪是不是遂昌人。下团后，查资料才知道，他是遂昌本地人。对于一个遂昌有着重大贡献的人，我居然对他一无所知。如果平时到看看多了解了解，也不至于客人问起时，一问三不知的尴尬。

景区旅游宣传策划篇二

认真贯彻落实国家安全生产相关法律法规，全方位做好景区消防、工程、卫生、治安等方面安全工作，为景区健康、快速发展，提供良好的安全保障。

由景区安全生产工作领导小组全面负责景区安全生产工作领导，景区安全生产领导小组由景区管理处、××警务区、××保卫科三方相关负责同志组成，其中组长1名，副组长2名。将景区全年安全生产工作按阶段进一步细化，明确分工，将责任落实到具体个人。

1、例行检查和重点检查相结合，确保安全检查常态化，及时发现并消除各类安全隐患和危险源。每周一次例行安全检查，重点检查地宫、寺院各殿堂等重点消防部位，检查消防配套设施是否可用，消防通道、逃生通道是否畅通。“五一”、“十一”“春节”及景区内重大节庆活动前，制定活动安全应急预案，对景区进行全面的安全检查，将对寺院各殿堂、景区各经营店铺、各在建工程进行消防、卫生、用电、施工等方面的安全检查，在安全检查中，对发现的安全隐患和危险源，要明确责任领导、责任人、整改责任人、整改期限，直至安全隐患和危险源消除。

2、不断提升景区安全生产管理水平。加强工作人员、景区常住人员、经营人员安全生产法律、法规及安全常识的教育培训，进一步提升其安全意识；逐步建立完善景区安全生产管理制度；建立景区安全生产台账，做到资料完整、规范，数据翔实准确，不断完善安全生产档案资料；通过横幅、宣传

单等形式不断加强景区安全生产工作的宣传，在景区营造良好的安全生产氛围。

3、开展安全应急演练，提升景区防火、防灾能力。由景区安全生产工作领导小组组织景区管理处全体人员、警务区全体人员、各经营业户、寺院各堂口负责人开展景区安全应急演练。演练内容重点是防火、防灾、防食物中毒等突发事件。3月份和7月份各举行一次，届时将邀请消防、卫生等部门参与。

4、做好节日值班和节日巡查。节假日期间，全体工作人员上岗，严格执行景区节假日24小时领导带班值班制度，节假日期间，加强景区巡查，安排专人加强地宫、景区出入口等游客密集处的值守，及时疏散游客，防止拥堵、践踏等突发事件发生。

景区旅游宣传策划篇三

一季度营收2765万元，同比增长10%;利润408万元，同比增长110%;客运量92万元，同比增长;客运周转量13125万人公里，同比增长。

主要原因是公司化经营的大力的发展，新辟班线上线;其二是由于内部管理的加强，各项规章制度均得到严格执行，查处“三私行为”力度的加大。

二季度工作计划是：

一、全力以赴抓好五一端午假日运输工作。精心组织，确保旅客走好走了，科学调度，组织好加班工作，确保争产增收。

二、开拓农公客运市场。组织运务人员调研周边农村客运市场和所有未开通的省内县际班线，为公司经济发展增加新的增长源。

四、重点抓好汽车站站场建设。抓紧施工客运站建设工程，确保尽早投入使用。积极争取交通主管部门的支持和帮助，全面提升车站的档次，将汽车站打造成现代化、精品型车站。

五、整合修理资源，筹建修理基地。大力发展车辆修理和油材料供应，保证公司化经营的车辆修理和油材料供应的要求。协调解决修理厂用地与陶瓷市场的矛盾。

六、做好飞鹿驾校的筹备工作。充分利用当前站场资源，大力拓展增值业务，为公司增添新的增长点。目前驾校前期各项准备工作就绪，力争在学生放假前开学收人。

七、做好汽车站门前绿化岛整体迁移工作。由于当前绿化设计不合理，阻隔交通，给旅客零距离换乘带来诸多不便，影响窗口形象，因此绿岛迁移刻不容缓，为此请求市局向市呈报，能给予协调处理。

八、做好交通安全工作和世博会维稳工作。公司从上到下，进行了周密的部署。增岗严查，做好登记工作。强化动态管理，安装gps监控系统，组建监控室实行有效管理，确保行车安全。确保不发生重大道路交通事故和治安事件，为世博会创造了良好的旅客运输环境和治安环境。此外，我们还将增开至上海班线，方便旅客出行。

九、继续把旅客包车运输作为公司发展战略的一个重点来抓，进一步做大旅游包车服务市场。继续加大投入购买豪华大客车，准备购买4辆51座豪华大巴，用于旅游市场开拓发展。

十、按照海陵区的要求，积极做好老东站拆迁前期调查摸底工作，积极与拆迁办进行对接，确保不吃亏。

景区旅游宣传策划篇四

元宵花灯节、风筝节、采摘节、帐篷节、音乐节、啤酒节、

烤羊节、亲子节、垂钓节、动漫节、汉服节、旅游节……一年四季，景区可以通过若干种节庆活动来刺激游客，推动景区目的地营销，节庆活动成为景区营销的常态化工作，如何策划好不落俗套效果好的节庆活动也是衡量景区运营推广工作的标准之一。

旅游景区营销具有明显的淡旺季之分。很多景区节假日、周末常常人满为患，工作日游客零落，春秋季节生意火爆，冬季市场又跟天气一样冷淡。

景区一方面要做好旺季周末的营销，抓住全年销售指标的主力，另一方面又要想法设法提升工作日及淡季的促销，力争淡季不淡。

2、如何将节庆与景区有机结合，利用有限的费用和资源，成功策划举办一系列活动。

结合我之前的工作经历，跟大家分享探讨一下。

做好计划，提前筹备

针对策划，完整落地

每一个节庆都是一个特定的主题，有特定的参与人群；

每一个景区都有若干旅游产品，适合不同类型的游客。

将节庆主题与景区产品进行有机联系，结合景区市场客群的特征，形成活动内容的脉络框架，然后就是小伙伴们脑洞大开的时候了，采用什么方式手法？打算做多大规模？资源怎么调动？怎样才跟对手跟去年不一样？让上帝一看就心动？文案怎样更惊艳？视觉物料怎么更出彩？场地环境怎么包装？流程线路怎么设计？怎样把关联消费无痕融进去？推广渠道怎么组合？人员怎么去安排协调？外协单位怎么合作沟通？

现场应急问题如何快速解决？一大串的问号等你去消灭。

现场控制，服务至上

活动现场尽量将景区的关联产品、二销品进行展示销售，并通过特价套餐、买赠、互动活动等方式，提高经济收益，当然，千万不要搞成捆绑销售、强买强卖的恶劣营销。

任你事前想的多么细致，活动当天依然会出问题。比如天气的变化，人员的迟到、爽约，现场的音响舞台故障，流程中的各种失误都有可能，很是考验现场调度指挥，尽可能地提前发现并处理好各种突发状况，让来宾游客有一个完整美好的活动体验。一个团队的战斗力、指挥者的协调应变能力就体现在这里。

层层推广，持续热点

一场活动需要前期、现场、后期持续的对外推广，对活动现场需要做好文字图片影像记录，并经历加工整理成多种推广材料，根据不同的外媒或自媒体发布出去。当然也要大力推动所有活动参与者们积极发布转发评论活动信息，形成准确、及时、广泛的活动资讯推广，让更多的人知晓并了解活动及景区，激发旅游兴趣，产生吸粉效应。通过一场场活动，形成连续热点，不断扩散，推高景区的人气口碑、收益消费和品牌形象。如有可能，尽可能地打造一个符合景区特色的品牌活动。

我这里也时抛砖引玉，也希望更多的同行一起探讨分享。

景区旅游宣传策划篇五

乙方：_____

1. _____营养素由卫生部微量元素营养重点实验室研制，

乙方保证技术真实，产品质量可靠并符合该产品的质量标准。

2. 甲方作为一种公开出版发行的一种媒体愿意承担宣传营养知识，普及营养科技成果的义务。在甲方媒体开出专栏，版面或时间段，登载或播出乙方所提供的內容。主要包括科普文章，产品介绍，邮购方式，赠送的通知等。以上资料由乙方提供，甲方审定。

3. 广告宣传刊出或播出后有消费者购买，广告落款地址电话均由甲方确定，货款由甲方收取，乙方按甲方提供的名单和地址送达或寄发相应数量的货品。

4. 结算：每月结算一次，乙方提取货款总额的20%作为税金，发货邮寄费用，余款甲方分得50%;乙方分得50%。

5. 在合作过程中未尽事宜另行协商补充。

6. 本协议一式两份，甲乙双方各持一份，具有相同法律效力。

7. 甲乙双方在合作期间负有保密义务。

8. 本协议经甲乙双方签字盖章生效，甲乙双方合作时间为一年，合作期满根据双方意愿再行续签。

甲方(盖章)：_____乙方(盖章)：_____