

وفي السنوات الأخيرة حدثت تطورات تكنولوجية هامة شملت عدة ميادين منها الميدان الاقتصادي، وتتضح أهمية الاتصالات التسويقية المتكاملة الالكترونية في المنظمات الخدمية بصفة عامة والوكالات السياحية بصفة خاصة هذا راجع لطبيعة وخصائص الخدمات حيث أنه لا يمكن تجربتها ولا الحكم عليها الا بعد اتمام عملية الشراء هذا ما يزيد من نسبة الخطر بالنسبة للمستهلك السياحي. - تعد الرحلات السياحية في العصر الرقمي واحدة من أهم وسائل التسويق التي يمكن استخدامها لتعزيز القطاع السياحي بشكل مستدام. في هذا السياق، أولاً وقبل كل شيء، يجب على الوجهات السياحية تحسين تواجدها الرقمي من خلال مواقع الويب الجذابة والتطبيقات المتطورة. والحصول على توجيهات مفصلة بشكل رقمي. من الناحية التسويقية، يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال لترويج الوجهات السياحية. تكنولوجيا الواقع الافتراضي والواقع المعزز تشكل أدوات قوية لتعزيز التفاعل مع الوجهات السياحية. يمكن استخدام البيانات الضخمة لفهم سلوك المسافرين وتحديد اتجاهات الطلب. يمكن للوجهات السياحية استخدام هذه البيانات لتحسين استراتيجيات التسويق، يمكن تحقيق التسويق السياحي في إطار التنمية المستدامة عبر استغلال الفرص الرقمية بشكل فعال. يجب أن تكون الجهود موجهة نحو تشجيع المسافرين على اتخاذ قرارات مستدامة وتعزيز التواصل الرقمي لتحسين تجربة السفر بشكل عام. يمكن استخدام التسويق عبر البريد الإلكتروني بشكل فعال للتفاعل مع العملاء المحتملين والحاليين. تطبيقات الحجوزات الذكية تلعب أيضاً دوراً هاماً في تسهيل عمليات السفر وتحفيز السياحة المستدامة. من خلال استخدام البلوكشين في الحجوزات وإدارة الهوية الرقمية، يمكن تحسين الأمان والشفافية وتقليل الاحتيال.