

ثالثاً : الفوائد التي تعود على السائح من التسويق السياحي الرقمي

هناك العديد من الفوائد التي تعود على المستهلك السياحي الرقمي عند استخدامه للتقنيات الرقمية للحصول على الخدمة السياحية، يمكن ذكر بعض منها كما يلي:

1. توفير الوقت والجهد: يمكن التسويق السياحي الرقمي المستهلكين من الحصول على المنتجات السياحية في وقت قصير جداً مقارنة لوقت الذي يقضيه المستهلك في الشراء العادي.

2. إتاحة المعلومات : حيث تتوفر للمستهلك السياحي الرقمي قاعدة بيانات حديثة وتركز على المعلومات التي يحتاجها السائح .

3. السعر الأقل: كون الحجز من خلال الانترنت يوفر العديد من التكاليف.

4. رضا المستهلك: من خلال تفاعل المستهلك السياحي الرقمي مع منتجي السلع والخدمات.

5. التواصل المستمر مع البائعين: يوفر التسويق الرقمي فرصة التواصل المستمر بين المشتري والبائع .

رابعاً : سلبيات استخدام التقنيات التكنولوجية على سلوك السائح السياحي

استخدام التقنيات في قطاع السياحة يمكن أن يؤدي إلى بعض السلبيات على سلوك السائح، مثل:

1. تقليل التفاعل الاجتماعي: اعتماد المسافرين على التطبيقات والمعلومات الرقمية يمكن أن يقلل من تفاعلهم مع السكان المحليين.

2. القلق على الخصوصية: استخدام التقنيات قد يعرض السائحين لمخاطر تتعلق بالخصوصية وبياناتهم الشخصية.

3. الاعتماد المفرط على الأجهزة: يمكن أن يؤدي استخدام الأجهزة الذكية بشكل مفرط إلى عدم تقدير التجارب الحية والبيئة المحيطة. يُنصح بموازنة استخدام التكنولوجيا مع الاستمتاع بالتجارب الشخصية والواقعية.

4. الاعلانات الوهمية : يمكن لبعض الشركات المحتمالة بث اعلانات مزيفة الهدف منها جميع اعداد المسافرين واخذ نسبة من اجور الرحلة ثم اغلاق الصفحات .