

Новостные и событийные материалы для зарубежных туристских офисов

Релевантность

Не все туристские новости и события будут интересны иностранной аудитории. Нужно подбирать информацию, опираясь на масштабность новостей и событий, их непосредственную связь с иностранным рынком или на степень важности для функционирования туристской индустрии.

Готовность к публикации

Любая информация должна быть переведена на язык страны, в которую ее отправляете, и иметь окончанный вид. Только в этом случае ее можно быстро разместить на сайт, отправить по базе СМИ и представителей туристической индустрии, а также выдавать широкой публике. В противном случае, Вы рискуете, что новость не будет опубликована.

У зарубежных офисов есть необходимость иметь банк фотографий регионов и их туристских ресурсов в высоком формате и видеоматериалами, так как СМИ требуют эти материалы для их использования.

Тематика

Тематика может быть разной — от всех типов туризма, туристских ресурсов и удивительных природных явлениях до инноваций в туризме или запуска новых рейсовых автобусов. Главное — исключить новости административного характера, которые никак не повлияют на поток иностранных туристов.

Своевременная отправка

Своевременное предоставляйте информацию, особенно о проходящих событиях. Как Вы понимаете, если информация о гастрономическом фестивале региона будет предоставлена за месяц до его начала, не стоит надеяться, что турист сможет организовать свою поездку в столь быстрый срок. Лучше всего это делать за 3-4 месяца до события или раньше.

Дизайн и структура текста

Избегайте формальности и строгости текста. Новости публикуются не с целью отчетности, а с целью привлечения интереса к происходящему. Следовательно, стоит продумывать структуру текста и делать его содержание базировать на потребностях туриста. Очень важно следить за эстетической составляющей информационных материалов, делая материалы более визуальными.

Техническая информация

Необходимо понимать, что иностранные туристы имеют минимальное представление о регионе, а может случиться и так, что совершенно ничего о нем не знают. Поэтому, в конце статей необходимо иметь краткое описание или справку, которые станут неким пояснением тех героев или предметов, которые могут вызвать вопрос «а кто это или что это?»

Например, если новость повествует о том, как отпраздновали в этом году День рождения Маяковского, необходимо оставить справку в конце текста о сам Маяковском.

НЕКОММЕРЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО

