

Az utazók a szigorú nemzetközi utazási korlátozások ellenére továbbra is keresik a váratlant, az egzotikust, az új tapasztalatok élményét. A természetközeli stílusos kempingezés, a *glamping* megadhatja mindezeket az izgalmakat, segít hatra hagyni a járványt, kikapcsolódni belföldi környezetben. A 2020 során tapasztalható világszintű rendkívüli érdeklődés a glamping iránt azt mutatja, hogy mint turisztikai modell fontos szerepet játszhat a turizmus helyreállításában belföldön, és később egyedi modell lehet a külföldi turisták visszacsalogatásában is.

Az idei évre várható 25%-os globális glamping piacbővülés motorja a 18-32 éves korosztály, ami részben az Instagramnak és az ott folyamatosan posztolt élményképeknek köszönhető. Mostani írásunk áttekinti a Millenium (Y) és a Z generáció közösségimédia-használati szokásait és az elérésükhöz szükséges marketing eszközöket, a hashtaget és a Podcastot. Kitekintést adunk a nemzetközi glamping Podcastok-ról is.

A kempingezést viselte meg a legkevésbé a Covid

A kemping szektor volt a legváltásállóbb szállástípus

A kempingezés volt a turizmus legváltásállóbb szállás típusa tavaly az Európai Unió országaiban – írja az OecoGlobus blog. A világjárvány súlyosan érintette a turizmus egészét és a nemzetközi utazások rövid távon egy időre szinte teljesen megszűntek. 2020 április és szeptember közötti főszezonban a szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma átlagosan 56%-kal csökkent az Unióban egy évvel korábbihoz képest. Ezért is figyelemre méltó, hogy az EU 10 országában is növekedett a kempingben eltöltött belföldi vendégéjszakák száma tavaly év/év az Eurostat adatai szerint. Erről és egyéb hasznos információkról ebben az írásunkban olvashat részletesen [itt](#). (Hírháttér 22-re - Glamping, a covid álló szállásforma - mutató link beállítás szükséges)

Glamping népszerű a fiatalok körében

Az Y és Z generáció kedveli

A glamping 2020-ban a 18-32 éves korosztály körében volt a legnépszerűbb nyaralási forma (44,6%). A 2021-28 közötti időszakban is ezen korcsoport körében várható a leggyorsabb növekedés. A Campgrounds of America, Inc. által közzétett jelentés szerint a **millenniumi (Y) és a Z generáció** tette ki az összes szabadidős utazó 60% -át az amerikai glamping piacon tavaly. Ebből is kitűnik, hogy a növekvő számú, fiatalabb korosztályba tartozó, magasabb jövedelmű utazók hajtják a glamping piacát.

(Forrás: www.grandviewresearch.com)

A glamping megugrott népszerűségének egyik magyarázata az Instagram és az ott folyamatosan posztolt élményképek. Ezért, érdemes közelebbről megnéznünk a Millenium (Y) és a Z generáció közösségimédia-használati szokásait.

A generációs különbségek

A technika száguldó fejlődése rendkívül fontos szerepet játszott mind az Y, mind a Z generáció, mint új típusú nemzedék kialakulásában. Az előbbiek gyorsan beletanultak, az utóbbiak beleszülettek a technológiai eszközök használatába. Mégis markánsan eltérő a viselkedésük.

Generációs marketing korcsoportok

| | Veteránok | Baby boomer | X generáció | Millenniumi Y generáció | Z generáció | Alfa generáció |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------|-------------|----------------|
| Születési idő | 1920 – 1939 | 1940 – 1959 | 1960 – 1983 | 1984 – 1994 | 1995 – 2009 | 2010 – |

A Milleniumi (Y) generáció

Y generáció a fogyasztó

Az Milleniumi (Y) generáció már a fogyasztói társadalomba született bele. Így az Y generáció a fogyasztói társadalom alakítója és húzóereje. Tökéletesen eligazodva a legújabb trendek között, a legpergőbb ritmusban élnek az életüket. Szükségük van az élményekre és a folyamatos újdonságra.

Az Y generáció gyorsan beletanult a technológiai eszközök használatába. A másokkal való folyamatos interakcióban erősen támaszkodik a közösségi média felületekre, és több platformot használ párhuzamosan. A legtöbb időt a Youtube-on és az Instagramon tölti, de előszeretettel használja a Facebook Stories funkcióját is. Vásárlási és szállás foglalási döntéseiben befolyásoló szerepe elsődlegesen a Facebooknak van.

A Z generáció

Z generáció a digitális bennszülött

A Z generáció tagjai tipikusan különböznek az előző generációk, főleg a közvetlenül megelőző Y generáció tagjaitól. A Z generáció tagjai beleszülettek a digitális technológiák világába. Számukra már elképzelhetetlen mobiltelefonok, más digitális- és kommunikációs eszközök használata nélkül élni; szokták őket a „digitális bennszülöttek” kifejezéssel is illetni.

A kommunikációs eszközök fejlődésével és gyorsaságával egyre több információhoz jutnak, és ezeket máshogy dolgozzák fel, így másképp is gondolkodnak, mint az X vagy az Y generáció tagjai. (Forrás: Wikipedia).

A legtöbb időt ez a generáció az Instagramon tölti, és vásárlási, valamint foglalási döntéseiben is ez a közösségi média platform játsza a leginkább befolyásoló szerepet, de használja a Youtube-csatornát is vásárlási döntéseihez. (Forrás: [Animoto](#))

Hogyan érjük el az Y és a Z generációt?

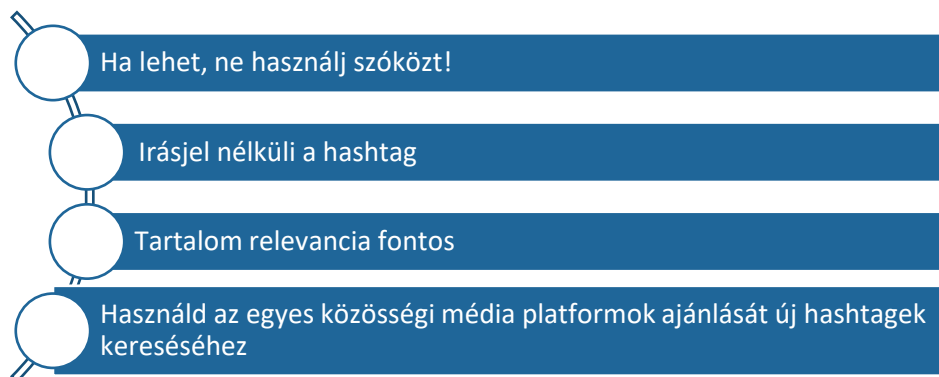
Mindkét generáció életének meghatározó eleme a közösségi média. A közösségi platformokon megosztott hír- vagy képanyagnak elengedhetetlen részei az ún. hashtagek. Ez az eszköz segít abban, hogy elérjük a címzettek nagyobb csoportját, az adott témában érdeklődőket, és új követőket szerezzünk.

Előző írásunkban összefoglalást adtunk arról, hogy mi is az a hashtag és hogyan használjuk. Erről szóló írásunkat [itt](#) olvashatja.

#Hashtag

Hogyan lendítsük fel az oldalunkat #hashtaggal?

Vannak alapszabályok, amelyek mindegyik közösségi médián használt #hashtagre igazak, s ezek a következők:



A fenti ábra mindegyik pontjáról részletesen [itt](#) olvashat.

Glampinggel kapcsolatos Hashtagek

Glampinggel (is) foglalkozó vállalkozóként felmerülhet a kérdés, hogy milyen hashtagek lesznek megfelelőek, és melyeket érdemes elkezdnie használni a fényképek, videók és egyéb anyagok publikálása során.

A hashtagek egy helyre gyűjtik az összes azonos címkével ellátott fotót, videót, cikket. A tartalmunk ezért több száz, vagy akár több ezer felhasználó fiókjában jelenik meg, akik arra keresnek, ami érdekli őket. Ez egy egyszerű módja az elérés és a követő közönség számának növeléséhez.



Liked by lindabios71 and 547 others

glampingsitalia @pignafelice

Taggaci nelle tue
@glampingsitalia

#glamping #glampingitaly #glampinglife #glampinghub #glamourtravels
#glampingnotcamping #glampinglakeside #glampings #glampingtent #glampingstyle
#natura #vacanzeecologiche #glamour
#camping #campinglife #glampingitalia
#campingitaly #bubbletent #bubbleglamping #ingersitalia
#glampingnotcamping #relaxandbeauty
#glampinglife #ecofriendly #natureaddict
#glampingdome #glampingdomes #geodome #viaggi
#glampingsitalia



34 likes

glampinnkapolcs MEGNYITOTTUNK!

A Glamp-Inn Kapolcs szeretettel várja régi és új kempingezni vágyó vendégeit!

Glampingezni jó! ...

lehetsz egyedül vagy párban...

családdal vagy barátokkal... esetleg négylábú kedvenceddel!

Hozhatsz saját sátrat vagy gyere csak egy hátizsákkal! Lehetsz túsárat előre megszervező vagy spontán betérő!

Mi megújult környezetben, de a tőlünk eddig már jól megszokott vendég szeretettel várunk idén is!!!
Üdvözlettel, Glamp-Inn Team

#glamping #glampinnkapolcs #camping #campinglife #campingtrip #campingwithdogs #glampinglife #kemping #glampingezni #glampinghungary #balatonfelvidek #kapolcs #megnyitottunk

Ha korábban nem foglalkozott hashtagekkel, vagy segítségre szorul, melyiket és miért válassza, akkor készítettünk egy rövid listát a jelenleg használt és népszerű glampinggel kapcsolatos hashtagekről hazai és nemzetközi Instagram posztok alapján:

Az alap kulcsszavak: #Glamp, #Glamping

Lokációhoz kapcsolódó hashtagek:

#Glamping+országnev – sokat segít a lokáció alapú eléréshez (#glampingitaly, #glaminghungary, #glampinguk)

Egyéb, a témával kapcsolatos, releváns és nagyobb elérést biztosító hashtagek:

#Glampinglife, #Glampinghub, #Glampingnotcamping, #glampingstyle, #glaminglakeside – ezekkel a hashtagekkel érdemes megosztani a szép képet a glamping helyről, projektről és felhívni a figyelmet a glamping egyediségére, különlegességére.

Glamping eszközökhöz, márkákhoz kötött hashtagek:

#glampingdome, #geodome – a glampingnél használt egyedi sátraknak is van hashtagjuk, mint önálló brandek, így lehet ezeket a hashtageket is használni, amennyiben ezeket a márkákat használjuk a glampingben.

Életérzéshez kapcsolódó hashtagek #GlampingRetreat, #GlampingResort

#glamingeznijo #glampingteam, #glampingexperience, #glampinglife

Glamping Podcast-ok

Podcastok

A jól ismert közösségi platformok mellett egy másik igen hatékony marketingeszköz, a PodCast, ami az egyedi tartalomfejlesztés mellett a szóbeli üzenetek mélyebb és részletesebb átvitelét teszi lehetővé.

Mivel a podcast típusú tartalom egyelőre újdonságnak számít, nem kell akkora „zajjal” (konkurenciával) megküzdeni, mint a blog és más tartalom-típus esetén. A turisztikai tartalommarketingben is fontos szerepet játszanak a Podcastok mind a hazai, mind a nemzetközi piacon. Néhány hasznos példát, valamint további információt talál előző írásunkban [itt](#).

Glamping témakörben alapvetően kétféle podcast műsor található a neten: az üzleti vagy a személyes élménybeszámoló. A lenti áttekintőben az angol nyelvterületről származó üzleti jellegű, legérdekesebb podcast adásokat mutatjuk be. Sajnos egyelőre nem találtunk releváns magyar nyelvű podcastot.

A „The Business of Glamping and Unique Holiday Rentals” angol nyelvű podcast sorozat talán a legnépszerűbb a témában. Egyaránt ajánlott azoknak, akik éppen tervezik egy glamping (vagy egyéb egyedi) szálláshely nyitását vagy már üzemeltetnek egyet. A podcast adások kitérnek arra, hogy mi szükséges egy ilyen vállalkozás sikeres felépítéséhez és működtetéséhez, tanácsokat, inspirációs és üzleti ötleteket adnak, de akár online mesterkurzusokra is lehet jelentkezni.

<https://www.inspiredcoursesvip.com/glamping-business-podcast>

<https://www.inspiredcamping.com/category/podcast/>

| | |
|---|--|
| <p><i>A fenti sorozathoz tartozik, de külön is kiemeljük azt az epizódot, amelyben a szerző, Sarah Riley elemzi mit történt a glamping iparágban az elmúlt évben, áttekintést nyújt az iparág legfontosabb változásairól, beleértve a vendégek foglalási szokásainak változását. Kitér a statisztikákra, a várható trendekre a pandémia hatására, és növekedési kilátásokra is. Bár az amerikai piacról szól, de az általános megállapítások és trendek érvényesek lehetnek a mi régióinkra is.</i></p> | <p>https://www.inspiredcamping.com/glamping-industry-trends-growth-rate-data-statistics-and-size-episode-39/</p> |
| <p><i>Ez a podcast sorozat is amerikai, az Amerikai Glamping Szövetség támogatásával készül. Itt interjúkat hallgathatunk az iparág meghatározó vezetőivel, akik megosztják saját történeteiket, mi vezetett üzleti sikereikhez.</i></p> | <p>https://feeds.buzzsprout.com/1024714</p> |
| <p><i>A „The Glampitect PODcast” az Egyesült Királyságból osztja meg sorozatait, mint az iparág többéves tapasztalattal rendelkező szakértője. Egyaránt szól a jelen és a jövőbeni iparág szereplőinek.</i></p> | <p>https://feeds.buzzsprout.com/1616818</p> |

További érdekes és hasznos anyagok találhatóak még angol nyelven a következő helyeken:

| | |
|--|--|
| <p><i>Szintén Sarah Riley jegyzi azt az oktatóanyagot, amelyet azoknak ajánlj, akik most, 2021-ben szeretnének glamping üzletbe kezdeni. A témában a honlapon cikkek, ingyenes és fizetős kurzusok is elérhetők.</i></p> | <p>https://www.inspiredcamping.com/starting-a-glamping-business/</p> |
| <p><i>Ezen a felületen pedig a top 15 glampinggel kapcsolatos és követésre érdemes nemzetközi blogot és website-ot gyűjtötték össze.</i></p> | <p>https://blog.feedspot.com/glamping_blogs/</p> |

Szerzők

Domokos Imola (imola.domokos@nibada.net)

Gál Krisztina (krisztina.gal@nibada.net)

Kun Zsuzsanna (zsuzsa.kun@nibada.net)

www.nibada.net