

Quảng bá du lịch Trà Vinh trên điện thoại di động

Hồ Thị Diệu Hiền

Khoa Du lịch và Ẩm thực, Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh

Với sự phát triển vượt bậc của công nghệ, quảng bá du lịch trên điện thoại di động (ĐTDD) đã thực sự trở thành một “mỏ vàng” đối với tất cả các cá nhân và tổ chức. Trước những thời cơ và thách thức hiện nay đối với tỉnh Trà Vinh trong quảng bá du lịch, bài viết này đề xuất một phương tiện quảng bá mới để thu hút du khách và phát triển du lịch thành ngành kinh tế “mũi nhọn”: quảng bá du lịch trên điện thoại di động.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, du lịch Trà Vinh được chú trọng đầu tư và có những bước phát triển đáng kể, góp phần thúc đẩy nền kinh tế - xã hội của tỉnh. Hiện nay, các sản phẩm du lịch chủ yếu của tỉnh là tham quan di tích lịch sử và danh thắng, du lịch sinh thái và tham gia lễ hội truyền thống. Tuy nhiên, tỉnh Trà Vinh chủ yếu tập trung khai thác tài nguyên tự nhiên sẵn có và các yếu tố văn hóa, tâm linh để thu hút khách. Nhìn chung du lịch Trà Vinh vẫn chưa khai thác hết tiềm năng vốn có của mình, du khách vẫn chưa biết nhiều đến du lịch Trà Vinh.

Hiện nay, với sự phổ biến rộng rãi của Internet, xu thế cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 đang lan tỏa và tác động mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực, trong đó có du lịch. Nhiều du khách đã chủ động tìm kiếm thông tin, lựa chọn dịch vụ của các nhà cung cấp cũng như phương thức lựa chọn điểm đến. Ngày nay, khách hàng có thể ngồi ngay tại nhà hay văn phòng, sử dụng các thiết bị điện tử kết nối Internet là có thể cập nhật ngay thông tin tour tuyến, điểm đến du lịch, chương trình ưu đãi.

Vì vậy, vấn đề đặt ra là: Trà Vinh cần chú trọng và quan tâm hơn nữa công tác quảng bá du lịch. Công tác quảng bá du lịch Trà Vinh không chỉ dừng lại ở vấn đề tạo ra nhiều sản phẩm du lịch mới hấp dẫn hơn mà cần phải đưa sản phẩm du lịch đến với du khách nhanh hơn, tiện lợi hơn. Tuy nhiên, công tác này đang được coi là khâu hạn chế của tỉnh Trà Vinh, chưa tương xứng với thời đại truyền thông số và chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển của ngành du lịch tỉnh nhà.

2. Thời cơ và thách thức

Nhìn chung tỉnh Trà Vinh có tài nguyên du lịch hấp dẫn. Hiện nay, tỉnh có 10 di tích lịch sử, kiến trúc, di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia và 1 bảo vật quốc gia, cùng với 142 ngôi chùa Khmer với lối kiến trúc cổ xưa độc đáo. Ngoài những những thắng cảnh đẹp như Biển Ba Động, Ao Bà Om, tỉnh còn có nhiều di tích lịch

sử, kiến trúc cổ xưa, di sản văn hóa, chùa chiền cùng các hoạt động lễ hội tâm linh, du lịch nghỉ dưỡng của sông nước miệt vườn.

Với các thế mạnh trên, UBND tỉnh Trà Vinh đã ra quyết định số 918/QĐ — UBND về việc triển khai thực hiện kế hoạch phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn giai đoạn 2018 — 2020 và định hướng đến năm 2030. Theo đó, tỉnh Trà Vinh phấn đấu đến năm 2020 sẽ đón gần 1,4 triệu lượt khách du lịch, năm 2025 đón 2,5 triệu lượt du khách trong đó có 85.000 khách quốc tế và đến năm 2030 lượng khách du lịch đến Trà Vinh 3,6 triệu lượt người. Tổng doanh thu ngành du lịch của tỉnh từ năm 2025 trở đi đạt trên 1.600 tỷ đồng. Để thực hiện kế hoạch lấy du lịch là ngành kinh mũi nhọn, Sở Văn hóa — Thể thao và Du lịch tỉnh đầu tư xây dựng quần thể Khu di tích văn hóa ao Bà Om trở thành điểm du lịch cấp quốc gia; mời gọi đầu tư các dự án du lịch như Khu du lịch sinh thái rừng được Nông trường Tinh đội, Dự án Khu du lịch sinh thái rừng ngập mặn biển Ba Động, Dự án khu du lịch khoáng nóng Duyên Hải; xây dựng chuỗi giá trị du lịch cộng đồng ở huyện Trà Cú và huyện Cầu Kè; xây dựng tour du lịch liên kết giữa Trà Vinh và các tỉnh ĐBSCL, TP.HCM... Tỉnh cũng đẩy mạnh tăng cường cơ sở hạ tầng, đẩy mạnh phát triển dịch vụ, khuyến khích người dân tham gia làm du lịch, thực hiện chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch. Với cách tổ chức và hoạt động ngày càng chuyên nghiệp hơn, bức tranh du lịch của tỉnh Trà Vinh đã có những bước tiến khởi sắc. Theo báo cáo thống kê, ngành du lịch Trà Vinh năm 2019 đã đón gần 1,1 triệu lượt khách, trong đó khách lưu trú đạt 683.446 lượt (đạt 101,1% kế hoạch, tăng 31,4% so với cùng kỳ năm trước), có 28.861 lượt khách quốc tế; doanh thu hoạt động du lịch 358,842 tỷ đồng (đạt 108,7% kế hoạch, tăng 30,4% so cùng kỳ năm 2018); Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch của tỉnh cũng từng bước được nâng cao với 150 cơ sở lưu trú (trong đó có 18 khách sạn từ 1 đến 3 sao), tổng số 3.400 giường; tổng vốn xã hội hóa thu hút đầu tư du lịch đạt trên 250 tỷ đồng.

Tuy nhiên có thể nhận thấy rằng, ngành du lịch của tỉnh Trà Vinh hiện nay chưa khai thác và phát triển tương xứng với tiềm năng của tỉnh. Sản phẩm du lịch còn đơn điệu, chưa hấp dẫn khách du lịch; Các tour du lịch nội tỉnh của Trà Vinh chưa phong phú về loại hình; Tính liên kết trong hoạt động du lịch chưa tốt. Hàng năm Trà Vinh có những lễ hội đặc sắc của người Kinh, người Khmer và người Hoa như Lễ Nghinh Ông, Lễ hội Ok Om Bok, Lễ hội Chol Chnam Thmay,... nhưng các lễ hội chưa liên kết thành một chuỗi lễ hội để tạo nên nét đặc trưng của du lịch tỉnh, chưa tạo ra một thương hiệu riêng của mình. Nếu nhìn các tỉnh lân cận, chẳng hạn nói đến du lịch Cần Thơ, du khách nghĩ ngay đến “Lễ hội chợ nổi Cái Răng Cần Thơ”, “Lễ hội đờn” ở Bến Tre hoặc “Du lịch nhà vườn” ở Vĩnh Long. Nhiều tỉnh, thành phố khác ở Việt Nam đã thành công trong việc tổ chức Festival mang dấu ấn riêng của mình như Festival Huế, Festival hoa Đà Lạt, Festival Biển Quảng Ninh, Festival biển Nha Trang, Festival pháo hoa quốc tế Đà Nẵng...

Trà Vinh có nhiều tiềm năng để phát triển các loại hình du lịch... nhưng chưa phát triển như mong đợi trong những năm qua. Có rất nhiều nguyên nhân dẫn đến tình trạng này, trong đó có thể kể đến đó chính là công tác quảng bá du lịch của tỉnh Trà Vinh vẫn hạn chế, chưa nắm bắt được nhu cầu và sở thích của du khách. Vì thế, đẩy mạnh các hoạt động quảng bá du lịch là điều cần thiết. Mục tiêu quan trọng của công tác quảng bá là làm thế nào để du khách trong nước và ngoài nước biết đến du lịch Trà Vinh và chọn tỉnh Trà Vinh là điểm đến của họ, đặc biệt trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0, du khách là những khách hàng thông minh, hiện đại hơn và khó tính hơn. Đây là cơ hội cho Trà Vinh trong việc quảng bá du lịch của tỉnh nhà. Nhiệm vụ đặt ra trong thời điểm này là cần phải gia tăng độ lan tỏa nhanh chóng thông tin quảng bá, khả năng tiếp nhận thông tin của khách hàng, khả năng tương tác và sự tiện lợi khi sử dụng các dịch vụ. Đặc biệt, sử dụng các ứng dụng trên ĐTDD để quảng bá du lịch là công cụ tuyên truyền, quảng bá rất hiệu quả. Bởi lẽ, công chúng ngày càng xu hướng tiếp nhận, tương tác rất nhiều thông tin trên điện thoại di động. ĐTDD đã trở thành kênh thông tin gần gũi và tiện lợi của mọi người. Và nếu làm được điều này thì sẽ góp phần rất lớn và hiệu quả trong việc quảng bá du lịch của Trà Vinh.

3. Đề xuất

Để quảng bá đạt hiệu quả, trước tiên chúng ta phải chú trọng đến đặc thù của du khách. Đặc tính của khách hàng hiện nay là gắn với các thiết bị công nghệ hiện đại, nhỏ gọn, tức trực bên mình - điện thoại di động. Nếu trước đây, họ bị động trong việc lựa chọn địa điểm du lịch, thường lựa chọn thông qua tờ rơi, các hình thức quảng bá trên truyền hình, phát thanh, báo in, các công ty lữ hành,... rất tốn thời gian và thiếu

tính khách quan, thì giờ đây du khách có thể chủ động lựa chọn các địa điểm du lịch mà mình ưa thích thông qua ĐTDD thông minh có kết nối internet một cách rất tiện ích. Vì thế, trước hết cần phải đẩy mạnh công tác quảng bá về văn hóa, lễ hội, sự kiện du lịch của tỉnh qua các trang thông tin điện tử, qua mạng xã hội, tiếp thị nội dung và điều hướng khách hàng gắn với thói quen và nhu cầu sử dụng ĐTDD của người dùng. Cụ thể:

1) Xây dựng app đặc biệt dành cho ĐTDD để quảng bá, giới thiệu sản phẩm du lịch Trà Vinh. Theo đó, các ứng dụng này là:

(i) Cung cấp thông tin về du lịch như địa điểm, các sự kiện chính, nội dung và những đặc sắc của Trà Vinh.

(ii) Kết hợp thông tin và dịch vụ bằng cách vừa cung cấp thông tin vừa cho phép người dùng có thể kết nối và đặt tour, mua vé trực tiếp tại ngay địa chỉ của app.

(iii) Thực hiện các bước quảng bá bằng cách gửi tin nhắn, những thông tin khuyến mãi, hậu mãi... đến người dùng, đồng thời hỗ trợ miễn phí những yêu cầu cần thiết của khách hàng nếu có yêu cầu.

(iv) Giao diện cho phép người dùng được linh hoạt sắp xếp các nội dung theo sở thích, nhu cầu nhằm tăng tính tương tác và tiện ích.

(v) Sản xuất nội dung dành riêng cho ĐTDD tập trung vào sản xuất các thông tin du lịch theo hướng tin tức nhanh, liên tục, các video viral và các bài báo có dạng “content marketing”.

2) Xây dựng các giao diện tùy biến trên nhiều thiết bị đầu cuối trong đó có ĐTDD

Nội dung trên web được thiết kế chung cho tất cả các thiết bị đầu cuối nhưng phải được tùy biến có giao diện phù hợp với điện thoại thông minh để người dùng nhận diện dễ dàng hơn. Trong đó ưu tiên (i) thông tin, quảng bá hình ảnh các cuộc thi giải thưởng, các đường link đến website, các bài báo, bản tin, thông cáo báo chí,...(ii) thông báo trên mạng xã hội những thông tin chính, hấp dẫn, kích thích người dùng truy cập khi họ đang lướt web trên điện thoại di động, (iii) thường xuyên đăng tải những nội dung mà du khách quan tâm và lựa chọn chính xác các từ khóa thông qua việc đánh giá và giám sát website khi người dùng truy cập thông tin trên thiết bị di động.

3) Trình bày thông tin trên các trang thông tin phù hợp với ĐTDD

Bằng cách (i) theo dõi thời điểm công chúng vào website nhiều nhất để đăng bài lôi cuốn sự tập trung của công chúng, (ii) tạo các menu điều hướng: các menu điều hướng gồm những nút liên kết dẫn đến những danh mục đặc sản, các nội dung, hoặc những nội dung có liên quan trên các trang web khác và ưu tiên xuất hiện rõ nét, ấn tượng các Icon quan trọng trên màn hình điện thoại di động, (iii) đăng ký làm

thành viên cho phép người dùng tạo tài khoản, khai báo thông tin để được nhận tin và những thông tin mới về các các lễ đang và sắp diễn ra. Những thông tin này của công chúng sẽ được dùng để tạo dữ liệu thực hiện email marketing, (iv) thêm mục tư vấn trực tuyến cho những khách hàng đang tìm kiếm thông tin về các điểm diễn ra lễ hội, địa điểm du lịch. Công tác này sẽ nhanh chóng đáp ứng nhu cầu tìm kiếm thông tin của công chúng và kéo công chúng lại gần hơn với đơn vị hơn.

4) Xây dựng các hoạt động trải nghiệm du lịch ngay trên các trang web chuyển tải trực tiếp đến ĐTDĐ

Chẳng hạn, các công ty/cơ quan du lịch có thể tổ chức các minigame thực tế thực hiện qua web hoặc web mobile. Khi các lễ hội được tổ chức, người chơi đăng ký làm nhân vật trải nghiệm thông qua website. Người chơi được yêu cầu đến một vài địa điểm đã được định sẵn, chụp ảnh/livestream bằng ĐTDĐ tại địa điểm đó và sau khi hoàn thành nhiệm vụ người chơi sẽ nhận được một voucher giảm giá hoặc một vé xem các chương trình nghệ thuật đặc sắc. Cũng có thể các cá nhân, tập thể thực hiện bộ ảnh về những danh lam thắng cảnh, con người, khoảnh khắc, kỷ niệm tại Trà Vinh và đăng phát trên trang thông tin cá nhân của mình. Ban tổ chức sẽ căn cứ vào số lượng bình chọn, chia sẻ và comment trên mạng xã hội để trao một giải thưởng nào đó có giá trị.

5) Đẩy mạnh các hoạt động quảng bá trên Fanpage

Trong bối cảnh hiện nay, người dùng dù ở bất cứ độ tuổi, hoàn cảnh nào cũng có thói quen tìm kiếm thông tin trên mạng xã hội bằng điện thoại di động. Đây là kênh có độ lan tỏa nhanh chóng và gần gũi. Vì thế, đẩy mạnh hoạt động quảng bá du lịch qua Fanpage bằng việc hướng tới xây dựng và phát triển một cộng đồng Fan rộng lớn, tự nguyện tham gia, tương tác, chia sẻ các thông tin, hình ảnh là rất cần thiết. Theo đó, trên các Fanpage hoặc tài khoản riêng của từng cá nhân/nhân viên làm du lịch của các công ty/cơ quan tỉnh nhà cần:

(i) Livestream các chương trình lễ hội để tăng lượt tương tác trên mạng xã hội.

(ii) Chạy minigame để tăng tương tác và thành viên của page lan truyền thông tin và kêu gọi bạn bè của họ "Like" page.

(iii) Quảng bá di sản, văn hóa, hình ảnh hoặc các sự kiện lễ hội sắp diễn ra của tỉnh qua các video ngắn (3 phút), các phim ngắn (10 phút) để thu hút du khách trong và ngoài nước.

6) Thông tin trực tiếp đến người dùng qua tin nhắn SMS hoặc qua chức năng gửi tin tự động của các app điện thoại di động.

Việc lựa chọn hình thức tin nhắn cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan chức năng như Sở Thông tin và Truyền thông, Sở Văn hóa-Thể thao-Du lịch và các công ty du lịch trong việc giới thiệu địa

điểm du lịch, thời gian diễn ra sự kiện đến với người dân. Cần chú trọng đến đối tượng là người dân ở trong tỉnh vì đây là đối tượng du khách đặc biệt để đẩy mạnh hoạt động quảng bá qua mạng xã hội.

Ngoài ra, để thực hiện tốt công tác quảng bá du lịch nói chung và quảng bá du lịch qua ĐTDĐ nói riêng các ngành chức năng, các công ty du lịch của tỉnh Trà Vinh cần xây dựng hoạt động truyền thông trực tuyến có hệ thống và mục tiêu rõ ràng. Trong một năm, tỉnh Trà Vinh có rất nhiều lễ hội được tổ chức, tuy nhiên hoạt động truyền thông còn thiếu sự sáng tạo và chưa thu hút được khách du lịch, đặc biệt là du khách nước ngoài. Một vài lễ hội "đỉnh" cần phải được đẩy mạnh truyền thông theo các giai đoạn theo một quy trình có tính liên kết cao: trước — trong — sau sự kiện. Theo đó, trong mỗi giai đoạn cần phải nhấn mạnh quảng bá cái gì, chú trọng cái gì cần quảng bá, ví dụ như sau:

(1) Giai đoạn trước sự kiện

- Cập nhật về những địa điểm du lịch mới và các dịch vụ đi kèm.

- Tin tức về công tác chuẩn bị trước thêm sự kiện.

- Giới thiệu một số các chương trình nghệ thuật đặc sắc sẽ diễn ra.

(2) Giai đoạn trong sự kiện

- Cập nhật những tin tức mới sự kiện đang và sắp diễn ra.

- Cung cấp thông tin các dịch vụ du lịch, các điểm bán vé, giới thiệu các chương trình nghệ thuật đặc sắc.

(3) Giai đoạn sau sự kiện

- Đánh giá lại hiệu quả của sự kiện.

- Giới thiệu về những điểm du lịch thiên nhiên mới.

- Chia sẻ những nét văn hóa đặc sắc của tỉnh.

Tài liệu tham khảo

Al Ries & Laura Ries (2007), Quảng cáo thoái vị và PR lên ngôi, NXB Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.

Đinh Thị Thúy Hằng (2015), PR lý luận và ứng dụng, NXB Lao động — Xã hội, Hà Nội.

MediaZ (2019), Facebook Marketing 4.0, NXB Thế giới.

Nguyễn Văn Dung (2009), Chiến lược & chiến thuật quảng bá Marketing du lịch, NXB Giao thông vận tải.

Phan Huy Xu, Võ Văn Thanh (2018): Du lịch Việt Nam: từ lý thuyết đến thực tiễn, NXB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh.

Quyết định Số: 1443/QĐ-TTg (2018): Phê duyệt điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Trà Vinh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030