

BLOGURILE DE CĂLĂTORII ȘI INFLUENȚA LOR ASUPRA DECIZIEI POTENȚIALULUI CONSUMATOR DE SERVICII TURISTICE

Marcela DRAGUȚAN

CZU: [339.138:004.738.52]:338.48

marceladragutan99@gmail.com

Travel blogs are promotional tools within the marketing mix, which is part of the Public Relations component, and is frequently used to promote a tourist destination or objective. According to the theme of the blog and its adaptation for users, it becomes an information base for the potential consumer of tourist services, because from the posted articles, the potential tourist is informed about the security of the destination, how to get there, prices, accommodation and food services. and the pleasant or less pleasant experiences that the blog author felt.

Blogurile de călătorii sunt instrumente de promovare în cadrul mixului de marketing, ce face parte din componenta Relațiile cu Publicul și este utilizat frecvent pentru a promova o destinație sau un obiectiv turistic. În conformitate cu tematica blogului și adaptarea sa pentru utilizatori, acesta devine o bază informațională pentru potențialul consumator de servicii turistice, deoarece din articolele postate potențialul turist se informează despre securitatea destinației, modalitatea de a ajunge la ea, prețurile, serviciile de cazare și alimentație, precum și experiențele plăcute sau mai puțin plăcute care au fost resimțite de autorul blogului. Potențialul consumator de servicii turistice studiază amănunțit propriile dorințe legate de planificarea viitoarei călătorii.

Ca instrument ce face parte din PR se conturează blogul, care actualmente a ajuns la cote maxime de popularitate și a devenit principala metodă de promovare pe internet în diverse domenii. În acest context autorul propune spre analizare câteva definiții ce sunt oferite de sursele bibliografice și electronice.

Conform sursei Dictionary.com, „blogul” este „un website care conține experiențele personale, observațiile, opiniile etc. ale unui autor sau grup de autori și care are adesea imagini și link-uri către alte website-uri”. Autorul Barb Drozdowich în carte sa „How to Build your Business with Blogging” (2021) oferă o explicație pe înțelesul tuturor: „Blogurile prin definiție oferă un flux constant de informații noi, conținut nou. Blogurile, spre deosebire de ceea ce este cunoscut în mod tradițional ca un site web static, oferă un al doilea beneficiu, persoana obișnuită poate menține un blog cu ajutor plătit minim”.

Actualmente toată lumea citește bloguri ce au ca subiect diverse teme (călătorii, mâncare, bussines, frumusețe), dar nu toți cunosc unde și cum au apărut blogurile, iar pentru aceasta vom face o mică incursiune în timp pentru a răspunde la întrebările legate de origini.

În 1999, conform unei liste întocmite de Jesse James Garrett, existau 23 de bloguri pe internet. Până la jumătatea anului 2006 existau 50 de milioane de bloguri, conform raportului Technorati State of the Blogosphere.

Câteva platforme importante de blogging au fost lansate la începutul anilor 2000. Versiunea 1.0 a Movable Type a fost lansată în septembrie 2001. WordPress a fost lansat în 2003, deși o parte din dezvoltarea sa datează din 2001. TypePad a fost lansat și în 2003, bazat pe Movable Type. Unele servicii periferice pentru blogosferă au început și ele în 2000. Technorati, primul motor important de căutare pentru bloguri, a fost lansat în 2002. Audioblogger, primul serviciu important de podcasting, a fost fondat în 2003. Primele bloguri video au început în 2004, cu mai bine de un an înainte de înființarea YouTube. Astăzi pe internet sunt peste 570 de milioane de bloguri.

Odată cu deschiderea facilităților și libertăților de călătorie între țări, numeroase persoane au elaborat bloguri de călătorie pentru a-și împărtăși experiența, dar și pentru a aduce informație utilă lumii întregi. Am putea defini blogul de călătorie ca „o colecție de instrumente, astfel încât călătorii să aibă posibilitatea de a scrie un jurnal, de a trimite adresa familiei și prietenilor, de a configura liste de corespondență”. Totodată, acesta este perceput ca „un tip de website care este actualizat în mod regulat sub formă de postări. Aceste postări pot fi povești și fragmente de informații, recenzii, fotografii, imagini, podcasturi și alte tipuri de conținut ce pot fi încărcate online”.

La fel ca și blogurile obișnuite, blogurile de călătorie se clasifică în mare parte în șase tipuri diferite. Nu există un tip de blog de călătorie care neapărat să fie mai bun decât altul, deoarece fiecare poate avea succes în felul său. Descriindu-le pe scurt, aceste șase tipuri sunt: **Bloguri personale de călătorie; Bloguri de călătorie Non-Unice; Platforma Bloguri de călătorie; Bloguri de călătorii unice; Bloguri de călătorie Non-focus; Blog listă.**

Conform clasamentelor internaționale, blogurile de călătorii se clasifică în următoarele categorii: călătorii de lux, călătorii accesibile, călătorii cu aventuri, femei călătore, călătorii generale, călătorii durabile, călătorii cu buget, călătorii de cupluri, mâncare și călătorie, călătorii în familie, blog de destinație, călătorii de wellness. Ca destinație turistică Republica Moldova este puțin populară la nivel mondial, cea mai frecventă cauză fiind teritoriul mic. Totuși, în ultimii ani, datorită faptului că turismul devine treptat o industrie modernă în sfera economiei, în presa internațională apar articole și chiar pagini întregi dedicate Republicii Moldova ca destinație turistică.

Ca parte practică a fost creat blogul de călătorii personal al Marceliei Draguțan, denumit și inspirationalrecreation, cu adresa <https://dragutan1910.wixsite.com/website-1>. Astfel, în faza de creare a acestui blog personal au fost introduse paginile Acasă și Contact, iar la compartimentul legat de scrierea textelor pentru blog s-au introdus categoriile Național și Internațional. Actualmente conținutul blogului se prezintă în limba română și conține texte de promovare a satului și raionului natal al autoarei, precum și călătoriile efectuate în afara țării de origine.

Blogul și conținutul său s-a distribuit prin intermediul paginii de Facebook a autoarei, efectuând postări, pentru a informa comunitatea de prieteni din mediul online,

fiind invitați să ofere și un feedback în urma celor citite pe blog. Au fost postate 15 articole despre obiectivele raionului Strășeni și experiențele de călătorie internațională. Conform rapoartelor oferite de către Wixi, blogul a fost vizitat de 116 persoane din țări precum: Moldova, Germania, România, Italia, Franța, Marea Britanie, Irlanda, Malta, Belgia, Turcia, Spania, Austria, Olanda și Finlanda. Articolele au strâns un număr de 64 de aprecieri, cele mai populare fiind articolele despre Muzeul satului Recea „Gavril Drăguțan”, Complexul etno-cultural VATRA și articolul intitulat „Rădăcini”, despre satul natal al autoarei. Conform rapoartelor statistice oferite de către Wix, blogul a fost accesat de 115 ori prin linkul postat pe platforma de Facebook și doar o vizită directă prin browser; desigur, vizitatorii au accesat blogul de pe telefonul mobil în proporție de 94%, doar 5% de pe desktop și 1% de pe tabletă.

În urma efectuării și cercetării blogului de călătorii experimental, numit Inspirational recreation, se constată faptul că pentru administrarea unui blog este necesară o vastă experiență de călătorie, organizarea conținutului într-un mod atractiv și promovare pe mai multe rețele de socializare, precum și promovare de la alte persoane influente în mediul on-line, cu ajutorul cărora se ridică vizibilitatea.

Blogurile, ca element al relației cu publicul, reprezintă noi medii cu caracteristici specifice, cum ar fi prospețimea, interactivitatea și personalitatea, și tind să crească pe măsură ce majoritatea oamenilor folosesc internetul ca unica sursă pentru a învăța, planifica și rezerva călătorii. La momentul actual, blogurile de călătorii au împăienjenit mediul online pentru a aduce experiențele proprii prin crearea de conținut atractiv. Acestea au devenit o sursă influentă de informații despre călătorii.

Surse bibliografice:

1. DROZDOWICH, B. *How to build your Business with Blogging*. Bakervie Consulting, SUA, 2021.
2. GUNELIUS, S. *Blogging for dummies*. John Wiley and Sons, SUA, 2016.
3. RICCI, G.R. *Travel, Tourism and Identity*. SUA, 2017.
4. van NUENEN, T. *Scripted Journeys*. Berlin/Boston, 2021.

Recomandat

Adriana BUZDUGAN dr., conf. univ.