**南京企业文化管理对旅游企业新媒体推广的分析**

新媒体主要包括网络和手机，相对于传统媒体而言，它具有即时性、互动性及社群化的特点，因此越来越多的游客利用新媒体来搜索旅游景区的信息，甚至进行“吃、住、游”等项目的网上交易。由此可见，新媒体为兴化千垛菜花节的品牌推广提供了便利的条件。[（南京企业管理咨询）](http://www.njdingyuan.com)

兴化千垛菜花风景区将建立自己的官方网站，共包括“首页”、“菜花节动态”、“景区简介”、“旅游攻略”、“虚拟景区”、“水乡文化”、“社区”、“服务”这8大模块，同时支持中英文版本，如图5.1所示。其中，“首页”的上方包括千垛菜花的品牌标志、英文版本、站内检索、各大模块名、景区美图，中间由景区宣传片、菜花节动态、水乡文化、兴化美食、游客意见调查问卷组成，底部则是其他网站的链接、景区的域名、地址、联系方式、党政机关的标志及官方微信、手机APP的二维码；“菜花节动态”主要向公众及时发布兴化千垛菜花节最新最权威的动态；“景区简介”则说明千垛菜花的历史、现状；“旅游攻略”将会向游客介绍千垛菜花景区的旅游产品、美食、特产、住宿、交通、地图及周边景点；“虚拟景区”通过三维技术向游客立体地展示千垛菜花景区，使游客身临其境；“水乡文化”的内容主要是兴化名人、传统工艺、民风民俗；游客们可在“社区”里相互分享拍摄的美图及自己游玩的感受；游客有任何问题都可以在“服务”一栏里找工作人员解决。[（南京企业管理咨询）](http://www.njdingyuan.com)

大部分网民习惯在搜索引擎即导航网站里输入关键词，然后点击搜索引擎下所出现的网站链接，查找自己所需要的信息。一般情况下，排名越靠前的网站链接，用户点击率越高。因此，兴化千垛菜花景区将调整、优化官方网站的内外部结构及内容，使其在百度、360、搜狐、Google等用户访问量比较大的搜索引擎中的关键词自然排名中靠前，获取更多的流量，争取更多的转化率。

腾讯在微信的基础上新推出了公众号的功能板块，企业开通微信公众号后，可以向所有关注公众号的粉丝推送公司动态、产品信息、相关活动等消息，此外，用户还可以通过公众号向工作人员咨询相关问题。因此，微信公众号某种意义上相当于企业的客户关系管理系统（CRM系统），有利于企业传播品牌形象，建立并维持与客户的良好关系。

兴化千垛菜花景区将会把原先微信公众号的“公共服务”、“便民服务”、“兴化特产”3大板块改为 “玩味千垛”、“楚水风情”和“公共服务”，其中，“玩味千垛”的内容主要是景区简介、宣传片、旅游攻略及APP下载；“楚水风情”则是介绍兴化名人、传统工艺和民风民俗；“公共服务”包括景区官网、菜花节动态、在线咨询、抽奖查询。此外，用户还可通过“历史信息”查询兴化千垛菜花公众号以往发布的所有信息。[（南京企业管理咨询）](http://www.njdingyuan.com)

朋友圈是继微博之后用户用以分享生活、维持联系的平台。一方面，用户间可通过朋友圈随时随地分享生活点滴、宣泄自我情感；另一方面，商家还可借助朋友圈渗透推广信息。与微博相比，朋友圈通过强关系联结，将现实中的社交网络转换到移动互联网中，是一种更有效的人际传播。

因此，兴化千垛菜花景区将设置分享功能使公众号里的信息得以在用户的朋友圈里广泛传播，促进品牌的曝光和关注。此外，将采用新颖、有趣的方式，吸引用户的注意，如推出“点赞赢抽奖”的活动，用户通过分享，收集朋友的十个“赞”，即有可能参加抽奖活动。这种推广方式不仅能提高用户的参与热情，还能促进朋友间的交流互动。

兴化千垛菜花景区将和中国移动通信集团江苏有限公司兴化分公司全面合作，共同打造千垛菜花手机电子商务平台，设置“首页”、“特产”、“旅游”、“我的”4个模块，使游客能够随时、随地、随身、随心地享受一站式综合旅游服务。其中，“首页”主要是门票、美食、住宿、交通、旅游活动；“特产”则向游客提供兴化的特色农产品、手工艺品；“旅游”版块的内容是菜花节动态、景区简介、旅游攻略、水乡文化、社区、服务。用户可在千垛菜花移动电子商务平台上订购门票、预定住宿、购买当地特产等。