# 关于旅游网站策划书简短(五篇)

来源：网络 作者：轻吟低唱 更新时间：2024-06-25

*关于旅游网站策划书简短一1、旅游促销策略旅游网络促销是充分发挥互联网互动式传播功能，借助丰富的网络传播方式进行旅游企业和产品以及旅游目的地形象的促销宣传。其主要做法：（1）开展网络公关组织网上旅游爱好者沙龙和旅游俱乐部，广纳会员，不断举行丰...*

**关于旅游网站策划书简短一**

1、旅游促销策略

旅游网络促销是充分发挥互联网互动式传播功能，借助丰富的网络传播方式进行旅游企业和产品以及旅游目的地形象的促销宣传。其主要做法：

（1）开展网络公关

组织网上旅游爱好者沙龙和旅游俱乐部，广纳会员，不断举行丰富多彩的网上联谊活动，吸引旅游者参与，宣传旅游企业文化和旅游产品，培养旅游爱好，以加深旅游者对旅游企业的印象，激发旅游者的消费欲望。

（2）网络广告促销

在网上进行广告促销主要有三种形式：一是直接发布各种规范的旅游企业与旅游产品信息，通过形、影、声、色等立体形象构成的旅游产品橱窗展现在上网客户的面前；二是以知识性、信息性、趣味性的卡通片促销。

（3）虚拟网游促销

吸引客户参加虚拟网上旅游，让客户通过网游感受旅游产品魅力，感受旅游企业的形象。

2、推行旅游产品形象策略

旅游产品的特点是其产销同地、主体无形，旅游者在购买前是触摸不到旅游产品实体的。旅游网络营销虽然不能改变旅游产品的这个本质属性，但是却能赋予旅游产品独特的形态——虚拟产品形象。因此，在旅游企业或旅游目的地的旅游网络营销中，首推旅游产品形象策略。

旅游产品形象策略是充分利用旅游网络的多媒体功能，将旅游产品的虚拟形象立体化、仿真化地在旅游网站上展示出来，可使旅游消费者在网络空间中看到旅游产品的形象，认识旅游产品的价值，甚至可以通过虚拟网络旅游感受旅游产品的魅力。

为了使旅游产品形象能够定位在旅游者的心中，应利用旅游网络的即时互动功能进行旅游产品的开发设计。具体做法是：在旅游网站上设置旅游者专栏，开辟“旅游者意见区”、“网上旅游咨询区”、“旅游自我设计区”等网页，通过这些网页了解旅游者的需求，征求旅游者对旅游产品的意见和建议，特别是旅游者对旅游产品的开发设计建议，从而开发设计出符合旅游者需要的旅游产品。

3、旅游产品价格公示策略

旅游产品价格的特点是其成本模糊性和价格集合性，旅游者在购买旅游产品前总是要通过比较来判断其合理性。旅游企业和旅游目的地的旅游网络营销应利用这些特点，推行旅游产品价格公示策略。

旅游产品价格公示策略是利用旅游网络的媒体功能和互动功能，将各个旅游企业的旅游产品价格和产品价格组合列表公示，使旅游消费者在旅游网络空间中同时看到大量同类旅游产品价格，认识旅游产品价格的合理所在，并可以通过互动调价拿到自己满意的购买价格。

在网上推行旅游产品价格公示策略的主要做法一是提供各种旅游产品的系列价格表，这些价格表要标明产品组合，并分淡旺季节和供需变化公布价格调整表。二是开辟旅游产品组合调整价格区，供旅游者自由组合自己需要的旅游产品组合，并获得相应的产品价格。

4、旅游网络化渠道策略

旅游网络销售是旅游网络营销革命性的部分，它将旅游产品的虚拟化展示、虚拟化消费、旅游咨询、旅游订购集于一身，并在跨时空的状态下让旅游者与旅游产品销售商甚至旅游产品生产者坐在一起进行交易活动。在这个交易革命中，旅游中间商、代理商的地位受到巨大冲击，生产企业直销与产品零售商取得越来越大市场主动权。面对这场旅游营销革命，旅游企业和旅游目的地旅的游网络营销要推行旅游网络化渠道策略。

旅游网络化渠道策略是以大型专业旅游网站为营销中心，建立覆盖目标市场区域的网络化销售渠道，以便24小时向各种客户提供最近便的服务。推行旅游网络化渠道策略的主要做法是：在旅游企业和旅游目的地的国内三级和国际三级市场以及机会市场范围内，按照市场开发战略计划，逐步在国内外目标市场建立起服务于的销售代理网点。这些销售代理网点与所属旅游企业的专业网站建立起封闭式销售服务网络，并与银行建立起安全、高效的旅游卡票网上结算系统，从而保证旅游信息、产品销路、商品货路、资金结算等业务往来的畅通。

旅游网络营销战略策划重点

发展旅游网络营销是一个需要技术、资金和设备的巨型高科技工程，又是一个需要观念、人才、智慧的系统经济工程。无论是一个旅游企业还是一个旅游目的地，都要站在全球战略的高度充分认识旅游网络营销、抢占旅游网络信息市场的必要性和紧迫性，抓住发展旅游网络营销的战略重点，重拳出击，尽快建立起一套初具形态的旅游网络营销体系，缩短与世界发达地区和发达国家差距。在此，以河南省旅游网络营销战略为例进行重点策划。

**关于旅游网站策划书简短二**

旅游网站建设有相当现实的赢利点。相信随着旅游业与网络经济更紧密地联动发展，通过市场经济这只看不见的手，自然会形成可行的游戏规则，为旅游业的良性循环与变革起到积极有效的推进作用，使得激进经济和网络经济得以共同发展。

旅游网站比旅游企业更有优势。相比传统旅游企业，旅游网站信息更丰富、经营方式更合理，游客可在网站里收集文字、图片、游记、评论以及目的地的景点、食宿和交通等详尽的信息，还可通过链接和搜索引擎带你漫游相关网站。由于旅游网站可以打破地域的限制，可以最大限度地将各种旅游资源以最经济的方式结合在一起，同时无店铺经营也将有助于降低成本，使旅游资源的所有者和消费者都得到益处。旅游服务的无形性也使其更适合网上销售。

国人生活品质提升，近年来。渐渐重视休闲生活，旅游便成了热门的话题。由于网络方便、快速的特性，成为我寻求旅游信息的最佳利器。

旅游和因特网是一对理想的伙伴，wto发布的旅游电子商务最新演讲：旅游目的地和企业实用指南中也指出。通过旅游网站建设方案解决了消费者在购买贵重商品之前无法了解商品性能的问题。还可以方便旅游业企业在网上发布信息并以相对较低的利息进行预订。

全球网上旅游服务销售额在20\_年将增至500亿美元，市场调查公司有这样的演讲。较去年的100亿美元大幅上升五倍，由于上网订购机票及参与旅游团的费用较低廉，所以越来越受到旅游人士的欢迎。该报道说，网上旅游正在迅速扩张，原因是上网查询旅游资料十分方便，以及上网订购机票和参与旅游团通常可获折扣优惠。调查显示，3 4 网民旅游前会上网查询旅游资料和折扣旅游团，其中32 ％会订购机票。另外，没有网站的旅游公司，势必将与网上旅行社合并。 目前，在旅游行业中做的很不错的旅游网有携程网，途牛网，欣欣旅游网等等。例如：携程旅行网是我国第一家在美国nasdaq上市的旅游及增值服务提供的企业，是中国最大的旅游电子商务网站，最大的集宾馆预订、机票预订、度假产品预订、旅游信息查询及特约商户服务为一体的综合性旅行服务公司。携程旅行网以高科技的运作手段、精细化的管理模式和先进的服务理念为旅游服务企

业的超常规发展拓展了新路子。面对迅速增长的业务和即将面临的国际化竞争格局，携程旅行网近年来十分重视自身的信息化建设。

根据行业的大环境、竞争对手网络营销表现、公司规模和现状，确定网站建设的目标，达到开展网上营销，实现电子商务的目的。

在确定了网站目标和名称之后，要设计网站的功能了，网站功能是战术性的，是为了实现预期目标。企业建站的目的就是为用户提供服务的基本表现形式。站定位的核心在于寻找或打造你网站的核心差异点，然后在这个差异点的基础上在消费者的心智模式中树立一个品牌形象、一个差异化概念。我们要根据竞争对手的优势和不足，结合行业环境，给网站一个准确的定位。

根据网站的目的和网站定位，确定网站功能以及内容。分析确定网站功能是否适应公司网络营销的需要。

根据网站的功能确定网站技术解决方案。

1、采用自建服务器，还是租用虚拟主机。

2、选择操作系统，用unix,linux还是window20\_/nt。分析投入成本、功能、开发、稳定性和安全性等。

3、采用系统性的解决方案（如ibm,hp）等公司提供的企业上网方案、电子商务解决方案。

4、网站安全性措施，防黑、防病毒方案。

5、相关程序开发。如网页程序asp、jsp、cgi、数据库程序等。

1、根据网站的目的和功能策划网站内容，一般企业网站应包括：公司简介、产品介绍、服务内容、价格信息、联系方式、网上定单等基本内容。

2、电子商务类网站要提供会员注册、详细的商品服务信息、信息搜索查询、定单确认、付款、个人信息保密措施、相关帮助等。

3、如果网站栏目比较多，则考虑采用网站编程专人负责相关内容。网站内容是网站吸引浏览者最重要的因素，无内容或不实用的信息不会吸引匆匆浏览的访客。可事先对人们希望阅读的信息进行调查，并在网站发布后调查人们对网站内容的满意度，以及时调整网站内容。

版面的设计

页面的设计：用自己喜欢和觉得很好的颜色作为的设计的颜色。

网站风格：简洁明了，布局清楚，具有旅游艺术潮流的风格。

技术应用：采用asp、vbscript技术队网站的系统进行设计和编辑。采用现在流行的flash、vb、sap等技术进行网站的静态和动态页面设计。

1、租用虚拟主机的费用，相关的操作系统，动态程序及相关数据库的费用。

2、网站制作的费用（例如用flash技术进行动漫效果设计的费用）

3、网站安全性维护费用

4、域名申请

5、前期的市场调研费用

6、人员费用

1、服务器及相关软硬件的维护，对可能出现的问题进行评估，制定响应时间。

2、数据库维护，有效地利用数据是网站维护的重要内容，因此数据库的维护要受到重视。

3、客户数据库的稳定与保护对网站发展很重要，时时更新数据库资料，跟进技术更新。

4、制定相关网站维护的规定，将网站维护制度化、规范化。

网站发布前要进行细致周密的测试，以保证正常浏览和使用。主要测试内容：

1、服务器稳定性、安全性。网站内容是否错误（图片和文字等）

2、查看衔接是否错误以及程序数据库测试（如flash）。

3、网页兼容性测试，如浏览器、显示器。查看网站能是否正常浏览和使用，各个板块测试是否正常。

4、根据需要的其他测试。

1、网站测试后进行发布的公关，广告活动。

2、搜索引掣登记等。

**关于旅游网站策划书简短三**

xx旅游网

旅游产业的发展必须依赖于一定的旅游资源。旅游资源虽包罗万象，但无外乎自然资源和人文资源两类。我国众多的旅游胜地中，有的以自然资源突出为特色，有的以人文资源突出为特色。

旅游资源中的人文资源是指一个国家，一个地区独特的历史文化、民族地域文化资源，其凝聚着极为丰富的文化内涵，而其中有着浓郁民族风情，地方特色和悠远的文物古迹的人文资源，其蕴藏着独特的、深厚的文化内涵，反映着一个民族的文化水准，思维方式和审美情趣，能满足旅游者追求新奇乐的心理，往往成为旅游中魅力的优势资源，形成一种旅游文化，并影响着该地区经济的`发展。姜子牙钓鱼台风景区不但有特定的人文资源，而且有丰富的自然资源。

（一）国家对乡村旅游产业开发的政策形势

当前国家正在大力提倡发展旅游产业，争取把中国发展成为旅游强国，目前我国旅游产业的规模位居世界第7位，但与世界旅游强国还有很大差距，发展旅游业已经成为我国一项基本产业政策。

为适应加入世贸组织的要求，中国旅游业将尽快改变政府的主导地位，变政策调节为市场调节，以加速与国际旅游市场的接轨步伐。

（二）国际国内旅游业发展的趋势

1、21世纪世界旅游的发展对景区内涵提出了新的要求。众多旅游专家一致认为，生态、绿色、极限、人与自然、度假、文化、体育等将是未来旅游业的主题。

2、中国旅游景点的开发将从以政府为主导转变为以市场为主导。

3、旅游市场越来越呈现出细分化的特点。

（三）xx景区资源开发现状分析

借助“鱼米之乡”的资源禀性和文化优势，xx乡村游日益成为xx大旅游中的重要一极。在“三区三城”城市新定位实行创新转型过程中，乡村旅游与城市联为一体，真正构成“精致xx”的延伸板块，已经被置于“旅游强市”的战略板块中并开始提速疾跑。

（1）长江沿岸“江海文化与乡村观光”乡村旅游

（2）环太湖“绿色度假与文化休闲”乡村旅游

（3）湖泊芦荡“美食体验与生态休闲”乡村旅游

1、目前关于介绍xx乡村旅游的网站还是少数，而且都是专一介绍各地风景及特色。

2、xx各地的旅游资源开发的还不是很健全，宣传不够，很多游客对xx乡村旅游了解很少。

3、xx旅游较集中在xx市区的老城区，没有程度的开发出xx的旅游潜力。

xx及周边城市的年轻男女、学生、中年人等。

1、xx乡村旅游网旨在介绍xx乡村旅游景点，并与各地景区联系，提供门票订购，与景点指南服务。

2、为广大驴友提供旅游咨询服务，有效促进xx旅游发展。推动xx乡村经济的发展。

3、xx乡村旅游网主要以旅游服务为主，兼营订购门票。

4、xx乡村旅游网主要针对城市人口，以都市白领为主。

1、由于网站经费问题，网站采用租用虚拟主机。

2、网站主要运用dreamweaver技术进行网页的制作。

3、运用简单的acess数据库，asp语言进行动态的链接。

4、采用photoshop，fireworks软件进行图片的处理。

5、结合所租用的虚拟主机进行及时的更新。

1、网页整体体现绿色健康环保理念，倡导健康出行。

2、在新技术的采用上要考虑主要目标访问群体的分布地域、年龄阶层、网络速度、阅读习惯等。

3、制定网页改版计划，如半年到一年时间进行较大规模改版等。

1、网站测试后进行发布的公关，广告活动。

2、利用搜索引擎工具进行推广，做好各大旅游网站的链接。

**关于旅游网站策划书简短四**

现代社会，随着工作、生活节奏越来越快，现代人所面临的心理压力也越来越大，解压网站的策划书。中国的经济体制正处于大变革时期。社会上有无数的机会，人们不会像以前那样安居乐业，开始不安于现状，想改变，想成功。人人力争上游，工作透支，竞争透支，情感透支，学业与就业难两全，工作家庭难两全，身心俱疲。压力随之而来，人们需要一个发泄的地方。而在网络发达的今天，人们几乎天天上网，解压网就是一个这样的地方，利用网络，缓解、解除人们压力，使人们有更好的健康的身体和精神。

根据中国心理协会报告得出：中国人压力大的人群主要集中在18到40岁之间，他们在学习或工作上处于黄金时段，各方面的压力也大。而上网人数也主要是这些人群。解压网的目标人群是这些青、中年。市场定位是，为青年和中年人提供一个解压的窗口。

网站的网址是：

网站的主要模块：

首页模块：这个模块主要是用户登入网站时所看到得界面，为用户提供各种服务。这一模块还有一个功能：如果是注册用户登入，它会显示该用户最喜欢的解压方式，让用户更方便、更直接地解压

解压模块：这一模块的功能是这一网站的核心。有它为用户解压。该模块有很多解压方式，如图片区，音乐区，涂鸦区，游戏区等，这些区都是为用户解除压力用的。

图片区：该区有优美的风景图、搞怪的搞笑图等，让人放松心情，工作计划《解压网站的策划书》。

音乐区：该区主要分为：古典音乐、摇滚等，用户可以选择自己喜欢的音乐进行调节。

涂鸦区：该区主要是给用户自己写和画的，在该区你可以写一些不高兴的事，也可以画些发泄的画，但该区在2到3分钟后，会将该区刷新，里面的内容也将消失，这样用户也可以放心的写和画了，通过这种方式达到解压的目的。

游戏区：该区主要提供小游戏，该游戏可以随时玩随时停，这样可以让用户玩瘾。该区主要是用户通过不断敲打键盘和鼠标，打到发泄的目的，从而有解压的效果。

产品模块：该模块主要是销售一些解压的产品，和有关解压的书籍。集中解压的产品包括：组织用共同压力的人一起面对面交流，或一起去放松心情的，如旅游。

论坛模块：该模块主要是提供给用户直接交流的，还有集合一些有关解压的消息和方式

服务模块：主要是网站的运营商的\'消息

网站的推广，使用的策略主要有：

链接策略：结合搜索引擎策略，尽量更多的在各类网页中出现公司网站的名称及链接，行业网站、专业目录、互换连接、签名文章等等，目的在于提供访问量的同时，提高连接广泛度。

传统方法推广策略：在公司的各类媒介中增加网站连接，比如名片、信纸、宣传册等等，虽然不能直接提高网站在网络中的重要性，但非常有效的对潜在客户产生网站品牌影响。

搜索引擎优化：即利用工具或者其他的各种手法使自己的网站符合搜索引擎的搜索规则从而获得较好的网站排名。

前期网站重点放在网站点击率上和注册用户数的提升上。当网站达到了一定水平的点击率，拥有一定数量的注册用户后，可以吸引更多的其他用户。与之同时，可以在网站上连接一些广告获得利益。

当网站有一定的用户的时，可以重点推出产品模块，从中获得利益。

**关于旅游网站策划书简短五**

甲方：

授权代表：

地址：

邮编：

电话：

乙方：

授权代表：

地址：

邮编：

电话：

为了利用\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站在全国的网络优势，扩大当地旅游产业和名优土特产的对外宣传，甲、乙双方本着平等互利、优势互补、精诚合作、共同发展的原则，就合作事宜，达成以下协议，并共同遵守：

第一条、合作方式

1、乙方作为平台的技术服务提供方，向甲方提供相应的技术支持服务。

2、甲方平台与乙方平台进行集成，向乙方提供相应的技术支持服务。

3、乙方提供其客户服务系统作为用户统一的咨询、投诉受理中心。

4、乙方负责平台业务整体的市场策划、推广、媒体宣传等，在乙方对甲方产品的宣传和推广中，与甲方协商确定其产品的优惠定价、折扣比例等。甲方全力配合乙方的推广活动。

第二条、合作项目

乙方可使用甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站，网址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，为所在地的旅游特产行业和商家提供服务。甲方可使用乙方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站，网址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，为甲方及其合作伙伴提供服务。

第三条、合作时间

本协议有效期为\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。如需续签，双方应在本协议到期前\_\_\_\_个月内协商，否则视为终止协议。

第四条、甲方的权利义务

1、甲方应在甲方媒介中宣传推广合作渠道，在合作渠道上大力推广乙方产品，以达到双方满意的营销效果。

2、甲方媒介不得展示、刊登法律法规禁止的信息和内容，亦不得侵害他人的权利（包括但不限于知识产权、肖像权、商标专用权等），且甲方有责任对甲方网站的经营及内容进行审核和管理，以确保甲方网站的合法性。

3、甲方应指定相应的商务、技术人员经常与乙方进行沟通和协调，除保证合作渠道的正常运行外，就推广宣传、页面调整及其他技术合作方面的工作进行沟通和推进。

4、本协议有效期届满或提前终止后，甲方应立即停止使用乙方通过本协议授权其使用的一切内容。

第五条、乙方的权利义务

1、乙方根据双方合作的需要，为甲方开放指定网址后台和权限，以用于甲方下载合作渠道推广代码、查看合作渠道产生的订单及佣金、获悉最新活动及合作条款变更等信息。

2、乙方有权决定合作渠道中的内容，且所有由合作渠道推广的产品均由乙方提供，乙方具有所提供服务及产品的最终解释权。

3、对于因不可抗力或乙方不能控制的原因造成的网络服务中断或其他缺陷，乙方不承担任何责任，但将尽力减少因此而给用户造成的损失和影响。乙方保留随时更改上述免责及其他条款的权利。

第六条、收益分配

电商网站运营的收益分配：协议期内，乙方运营的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站所得的相关收入，甲方获得其中的\_\_\_\_\_%；乙方获得其中的\_\_\_\_\_%。

第七条、违约责任

1、甲乙双方应按照本协议约定严格履行义务，任何一方违约，应承担违约责任，给对造成损失的，应赔偿对方损失。

2、除本协议另有约定外，任何一方中途退出合作，需提前\_\_\_\_个月通知对方。经双方协商一致后方可解除本协议。因此给对方造成经济损失的，应全额赔偿对方的损失。

第八条、其他

1、如果任何一方未能行使或者及时行使其在本协议项下的任何权利、权力或优先权时，不应视为弃权；而对任何权利、权力或优先权的单独行使或部分行使亦不得妨碍日后其对任何权利、权利或优先权之行使。

2、本协议以中文制成，一式\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_份，具有同等法律效力。

甲方：

签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

乙方：

签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！