

# האם הקור באירופה מעודד תיירים להגיע בהמוניהם לחופשה בנגב...?

Posted on 24 בדצמבר 2019 by דניאל צימט



מאמר דעה: דרכים לקידום התיירות לנגב בעידן פריחת קבוצות העניין ברשת

**Categories:** תיירות, ראשי

**Tag:** משרד התיירות, הנגב, שיווק, מיתוג, קבוצות עניין

העובדות בשטח מוכיחות שהנגב אינו זוכה לפי שעה ליהנות מהגידול בהיקף התיירות הבינלאומית לישראל בשנים האחרונות. מתוך כ-4 מיליון תיירים שהגיעו לישראל בשנת 2018 רק כ-330 אלף בחרו ללון במדבר הדרומי של ישראל, כולל לינה באחד ממלונות אילת והים האדום.

פתיחת שדה התעופה רמון השנה לטיסות Low Cost מאירופה, מפיח תקוות רבות להגברה משמעותית של כמות התיירים שיגיעו ישירות לאילת וליעדי התיירות בנגב, בבחינת Game Changer.

ואכן, משרד התיירות בישראל קיבל החלטה אסטרטגית הרואה בנגב כמנוע הכלכלי הבא של מדינת ישראל, כשלקידום התיירות לאזור הנגב מוקצים סכומים נכבדים במטרה לממש את הפוטנציאל התיירותי, בעיקר בקרב התיירים האירופאים, התרים אחר יעדי שמש בתקופת החורף בארצותיהם מוכות הקור.

במרב חודשי השנה מציע הנגב מגוון של חוויות, כולל נופי טבע מרהיבים, אתרי היסטוריה ושבילי מורשת קדומים, חקלאות פורצת דרך, מסלולי אתגר וספורט ייעודיים, מוקדי עניין לצפרים וחובבי צפייה בכוכבים, אתרי "שאנטי" למתבודדים, צלילה בים האדום, מגוון מקומות אירוח יוקרתיים כגון מלון בראשית במצפה רמון, לצד אירוח עממי בחאנים, הוסטלים וצימרים בקיבוצי האזור.

הכותרת The Friendly Negev היא סיסמת הקמפיין במסגרתו מוזמנים לישראל כתבי תיירות ובלוגרים מרחבי העולם, כדי לעמוד מקרוב על שכיות החמדה במרחבי הנגב.



רובע הבשמים במצפה רמון. צילום דניאל צימט



עמודי שלמה בפארק תמנע. אחד מעוגני התיירות המרכזיים בנגב הדרומי. צילום Depositphotos  
לפארק תמנע, כדוגמא, הוקצו 10 מיליון שקל לטובת שיפור דרכי הגישה לפארק, הרחבת מקומות האירוח והחניונים  
באזור, הרחבת מנעד האטרקציות כגון סימון שבילי אופניים, יעדי טיפוס הרים ועוד.

אך בישראל כמו בישראל, גורמי תיירות מרכזיים בנגב מעלים טענות למכביר אודות חסר בתקציבי פרסום, כמו גם  
דגש על הצורך המשוער לקצר תהליכי תכנון וקבלת אישורים ליזמי תיירות בנגב, וכאלה יש לא מעטים.

לדעתי על משרד התיירות להכריז על התיירות בנגב כעל פרויקט לאומי, בין השאר מומלץ לקדם חתימת אמנה עם  
גורמי התיירות הנכנסת לישראל - תאגידים וסוכני נסיעות, אנשי מדיה, מדריכי טיולים, מארגני כנסים ואחרים -  
ושכנועם בחשיבות הלאומית לסייע מקצועית, כשותפים אסטרטגיים מרכזיים, בתהליך הטמעת המסרים בתוכנית  
השיווק והפרסום לקידום התיירות הבינלאומית לנגב.

לאור החשיבות הגדלה והולכת של האינטרנט כמקדם תיירות רב-עוצמה, ניתן לקדם פעולות של שיווק דיגיטלי לנגב,  
שתקציבם לאין ערוך נמוך מפרסום בערוצי תקשורת אחרים, כגון טלוויזיה ועיתונות בעיקר.



חוות התנינים בערבה התיכונה. צילום דניאל צימט

בראש וראשונה נדרשת החלטה להקים אתר שיווק תיירות מרכזי לנגב, שירכז את כלל המידע התיירותי והפעילות  
השיווקית של גורמי התיירות במרחבי הנגב.

במאי השנה, הודיעה פייסבוק על שינוי משמעותי באופן שבו פועל האלגוריתם של האפליקציה, קרי, פייסבוק משדרגת  
כיום את הנראות והבולטות של קבוצות-עניין (קהילות מקוונות) ברשת, וזאת על חשבון הנראות של הפוסטים בפיד  
החדשות המרכזי.

בעידן התיירות ברשתות החברתיות ניתן לאתר בקלות קבוצות-עניין שחלקם מוגדרים כ- PASSIONATE  
COMMUNITIES קרי, "מכורים" לתחביב הקרוב לליבם, שגורם להם לרצות להתחבר למכורים כמותם לבילוי חופשה  
משותפת ביעדים ברחבי העולם, כדוגמת רוכבי אופני שטח, גולשי גלים ורוח, חובבי יין, צפרים, מכורים ליוגה, שאנטי

במדבר, כמו גם שוחרי תרבות, מורשת ודת... כל מה שטוב לנפש ולגוף.

היכולת הפוטנציאלית של קברניטי תיירות בנגב לשתף פעולה עם קבוצות עניין כדוגמת עמותת STRAVA, המאגדת כ- 36 מיליון רצים אתלטים בעיקר בארה"ב, פותחת אופק שיווקי רב-עוצמה לאלפים רבים של תיירים פוטנציאליים לביקור באחת מתחרויות האתגר של ריצה או רכיבה במרחבי הנגב.



מתחם צימרים בקיבוץ יהב בערבה התיכונה. צילום דניאל צימט במטרה להעצים את היקף ועומק השיחות בקבוצות העניין ברשת, פייסבוק אף מכתירה פומבית מעצבי דעת קהל Top Fan ( ) בקרב קבוצות העניין השונות, כדי להקל עליהם להנחות ולהגביר את היקף הפעילות בכל אחת מקבוצות העניין ברשת החברתית.

לאור כל זאת, על משווקי הנגב לאתר את אותם מנהיגי רשת ולהזמין לביקור יזום בנגב כדי להשפיע ולהניע אותם להמליץ על הנגב כיעד מועדף לחברי קבוצת העניין.

...כ"י "בנגב יבחן העם בישראל ומדינתו" כדברי דויד בן-גוריון.

\*דניאל צימט הוא מומחה למיתוג יעדי תיירות, מחבר הספר "פרצופה של מדינה - תדמית ערים ומדינות בעולם תחרותי"

כתבה קודמת: [האם ישראל מחמיצה את התיירות המדברית?](#)