

旅游搜索引擎成为航空业电子商务新模式电子商务师考试

PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/586/2021\\_2022\\_\\_E6\\_97\\_85\\_E6\\_B8\\_B8\\_E6\\_90\\_9C\\_E7\\_c40\\_586445.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/586/2021_2022__E6_97_85_E6_B8_B8_E6_90_9C_E7_c40_586445.htm)

旅游企业越来越倚重电子商务进行营销活动，除了门户广告、邮件专递等第一代网络营销方式，搜索引擎、视频分享等第二代网络营销工具也成为了旅游企业的推广手段。中国互联网信息中心的数据显示，到2008年底中国旅游信息搜索用户规模达到了1280万，比2007年大幅度增长47%。而到2009年，这类用户预计更将超过2000万。而且，2008年的旅游信息搜索用户规模第一次超越了旅行预定的用户规模。目前，谷歌、百度、旅游搜索引擎是国内三大主流推广渠道，其中旅游搜索引擎以新颖的形式、精准的目标用户定位，成为备受关注的推广渠道之一。在国内，航空公司与代理商在机票销售上，一直是分销关系。而国际趋势则表明，大多数航空公司都在致力于自身销售渠道的拓展，他们认为，直接接触消费者，并针对像经常出门的旅客这样的用户群体进行增值营销，是提高销售额的一种手段。无论是百度、谷歌等通用搜索，还是垂直的旅游搜索引擎，都能为航空公司的在线B2C网站提供访问量和用户，满足其直接需求。因为对于机票业务来说，由于使用搜索引擎的互联网用户几乎都是具有购票意愿的旅游者，所以从访问者到消费者的转化率相对较高。旅游搜索引擎因其新颖的页面展现形式，使得用户不但可以方便地查询到预订网站列表，航班信息，实时价格，还展示了访问者同时关注更多的价值点，如航班的准点率、每个航班的里程累积情况、是否有网上值机、餐食情况、机型大小等，帮助用户快速选

择到最适合的航班，进而大幅提高订单转化率。编辑推荐：  
电子商务师考试复习方案电子商务师考试 - 电子商务员辅导  
电子商务师考试模拟试题 100Test 下载频道开通，各类考试题目  
目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)