

グレン アイビー ホット スプリングス

ゴコホスピタリティカンパニー

成功したマーケティング戦略

フォローショット スプリングス リゾート

OCTOBER 2019

米国にはかなりの数の温泉がありますが、全国的に認知度は低く、

カテゴリーの発展も遅いほうです。

主に、温泉は自然な環境の中で屋外愛好家によって使用される。

温泉水セラピーとの鉱泉の利点は米国ではあまり広く知られていません。

従って、米国の温泉リゾートの消費者マーケティングは、主に教育に焦点を当てています。

米国のWELLNESS 消費者

- ・ 良い健康は、食事、運動、遺伝学、西洋医学に直接関連していると思われています。
- ・ セルフケアのメリットに関する見解の急速な拡大 :

●瞑想

- ・ ヨガ
- ・ マッサージ
- ・ スキンケア
- ・ 自己のための時間
- ・ 鍼/カイロプラクティック

多くの場合、感情的な幸福のためのウェルネスと消費のための美しさを置き換えます

- ・ メイクアップとマニキュア/ペティーカーキュア. スキンケア
フード、アルコール、ショッピング vs.瞑想

アメリカのウェルネス消費者は、次のことが気持ちいいことは知っていますが、その理由を知らない可能性があります。

- ◎ 温泉の中に入ること/温泉セラピー
- ◎ ルームサウナとスチームルーム

最も洗練されたウェルネスクライアントのみが、定期的にスパを使用し、治療、ハイドロセラピー、セルフケアの利点を知っています。

ウェルネスの力

温泉の利点はアメリカではまたあまり知られていないが
ウェルネスは国内でもっとも急速に成長しているレジャー分野の一つです。

したがってマッサージ・スキンケア・ヨガ・瞑想など
健康上の利点のような新しいカテゴリーは、温泉リゾートへの訪問
を促進させる可能性があります。

◎ マッサージ

◎ 顔の手入れ

ネイルケアー

ドロン保湿トリートメント

したがって、パッケージツアーとプロモーションには常に
治療が含まれ、ビジネスは最先端の治療と教育を焦点を当てて
提供するようにしています。

◎ シロダーラ

◎ クアルツ（石英）

◎ スパ・ウェーブ

◎ ヒドラシャル

◎ ビーガンクック

◎ サウンドバスター

これから全体的なウェルネス分野が促進され
未開拓の入浴者が温泉の利点を体験するようになります。

アメリカの消費者が
理解している健康分野に焦点を当てることにより協会を介して
温泉入浴のメリットを広める

体験教育は人間としてもっとも影響力のある
レッスンの一部を可能にします。