

# 水疗的传播和营销章程

## 水疗与美容

网站、移动、新生媒体、社交网络和 *Marketing 2.0*  
传播的新临界线



2014年11月29日-卡皮塔诺宫  
(费利切塞拿省巴尼奥-迪罗马涅)

## 前言

2011年10月21日至23日在温泉中心举办的““水疗的传播””大会上制定了水疗传播章程（2011年于廖洛泰尔梅水疗中心），章程的几个基本点描述如下：

- 需要不断地更新有关水疗中心的信息（面向大众和医疗的中心），要考虑新媒体的潜在能力和人们日益增加的利用水疗进行整体自然治疗的敏感性。
- 使用者的信息、通信、广告和回馈应该与水疗法的特性一致；
- 从不同媒体综合应用的角度来看，媒体对正确使用水疗的知识和对水疗中心的形象的传播起了不可替代的作用；
- 对水疗的传播必须保证使用正确的媒体。

同时还指出了一系列的““水疗的信息传播和使用的原则和指南””，其中包括了：

- 向媒体提供正确的、完整的和合适的信息，要考虑水疗中心的特性和传播的方式；
- 提供培训活动以促进科研、企业和媒体传播界间的交流；
- 在培训过程中，为水疗医务人员提供新技术和知识的更新；
- 举办推广意大利水疗中心的价值的活动，向用户推介意大利水疗中心的特点和意大利国内的水疗设施。

## 水疗的传播和推广章程 2.0 巴尼奥-迪罗马涅(2014年)

2014年11月29日在意大利费利切塞拿省巴尼奥-迪罗马涅的卡皮塔诺宫举办了以““水疗与美容””，网站、移动、新生媒体、社交网络和Marketing 2.0, 传播的新临界线的专题讨论会。

活动由FEMTEC（世界水疗和气候医疗协会联盟 [www.femteconline.org](http://www.femteconline.org)）、Thermae Campus 温泉医疗培训学院（[www.thermaecampus.it](http://www.thermaecampus.it)）、3T联合机构和巴尼奥-迪罗马涅市政府共同推广并组织的，活动被列入企业基金会的培训计划。

研讨会由FEMTEC主席Umberto Solimene教授主持，传播业、信息业和企业界的专家出席了会议，会议主要内容是根据新的传播技术的发展以及社会和经济方面的要求，对廖洛泰尔梅会议上所发表的章程进行修改更新。

会议结束后，鉴于新兴的媒体方式、水疗行业新的推销概念的变化，与会者一致同意必须对下述原则和操作指南进行修改，以更新和提高现代有效的水疗信息的传播：

1. 水疗服务的推动应该与水疗中心的其他活动相配套，与所在的区域所提供的服务协同。特别要考虑把水疗美容、水疗旅游两系统综合推广，这样可以扩大有效和潜在的客户范围，可以根据季节调整水疗中心的活动内容，以提供有额外价值的服务。
2. 推销可以根据同类型用户的要求提供分类服务（根据客户的治疗要求、家庭情况、年龄、消费能力等进行分类），该推销同时必须取得供求的最佳效果。
3. 为提高传播的效果，所推出的项目应该在规划中包括综合的和令客户难以忘怀的旅游经验，应该包括最新的旅游项目，面向市场不同层次的客户，满足他们目前和将来可能的需要、期待和渴望。
4. 传播结果可以验证把信息传输给不同类型的用户最合适的媒体方式，可以衡量传统媒体和新兴媒体间的配合。媒体必须被正确地管理，以便提供给潜在客户有效、专业的正面信息。
5. 在可行的情况下，尽量在使用传统传播手段时结合新的媒体渠道（网站、社交网络、网络电视、邮件营销、智能手机应用软件、蓝牙系统、数字广告牌、居于扩增实境和QR码开发的应用软件等），更好地实现目标并降低成本。网站也应该设计手机版，要考虑到不同的手机性能特点和使用方式。
6. 使用登记在新闻服务的名单所提供的邮件营销活动可以成为推销和发展会员的主要渠道。在推销和客户服务的活动中应该首选Web 2.0并利用社交网络。
7. 水疗机构和相关的组织内部必须拥有内部专门的人员，通晓基本的技术，如网络技术、网络营销和社交网络营销。机构必须提供合适的流程以评估推销活动的投入和收益情况。
8. 水疗机构和当地接待机构都是境内重要的资源：因此需要主动与当地旅游和国土发展的专门部门合作，向他们提供更有用的信息内容，提出新的建议，特殊的优惠，有附加值的服务，以进行综合的推销。

2014年11月29日于巴尼奥-迪罗马涅