

CH 4 MAKING YOUR SITE MORE ACCESSIBLE

提升海洋遊憩區可及性與易達性

前言

- ◎ 本章主旨：提高海洋遊憩區可及性的技巧方法
- ◎ What do we mean by “more accessible”?
 1. 更容易瞭解(宣傳)
 2. 更容易找到(標示)
 3. 更容易到達(交通)
- ◎ Making your site more accessible to visitors

促使遊客造訪的原因1/3

- ◎ 研究調查實例：1995 Peak District National Park 發了1716份問卷，針對到 Longdendale 的遊客做調查：

- ◎ “促使遊客造訪的原因”，研究結果分析

Table 4.1(p.82)：

1. 之前去過55%/親友推薦19% \div 75%

- 原因：過去快樂的經驗、需求被滿足
- 管理策略：讓初次造訪的遊客有好的經驗，滿足顧客需求。
- 滿意度=推薦的程度
- 口碑是最好的廣告（Ch 1 :11人/3人理論）

促使遊客造訪的原因2/3

2. 路過20%/道路標誌5% (25%)

- 原因：臨時起意
- 管理策略：
 - (1) 在路旁設立明顯路標
 - (2) 在入口設計意象是歡迎初次造訪的遊客

3. 電視/收音機6%/報紙2% (約8%)

- 影響變數：受到媒體報導的廣度 (涵蓋範圍) 以及媒體型態影響
- 管理策略：用小錢換取有效的媒體效果

促使遊客造訪的原因3/3

4. 書籍、小冊子、導覽、折頁、遊客中心 (15%)

→ 遊客類型：初次造訪的遊客、假日的遊客

→ 優勢：讓遊客知道遊憩區位置的好方式，也可透過網路的方式宣傳。

5. 住在附近 (5%)

→ 原因：因熟悉度高

→ 研究發現：這類研究資料可以得知遊客如何得知這遊憩區位置，提供管理者決策。

MAKING THE SITE EASIER TO FIND OUT ABOUT 1/8

- ◎ 如何讓海洋遊憩區更容易被發現與瞭解？
 1. 方法眾多，各有利弊
 2. 針對不同遊憩區，依個體獨特性性與目標客群，找到最適做法
 3. 通常會使用不只一種方式
- ◎ 有效讓遊客知道海洋遊憩區的方法：
 - 早期：報紙與雜誌廣告 (現在:網路、社群、部落格)
- ◎ 要點：考慮目標遊客群做不同廣告 (選擇與讀者群相配的標題)
- ◎ 決策考量：銷售量、讀者類型、廣告費

MAKING THE SITE EASIER TO FIND OUT ABOUT 2/8

◎ 廣告內容要點：

1. 海洋遊憩區的：

- 名稱/位置/開放時間/門票/特色/活動/管理單位/聯絡方式/視覺設計與遊憩區風格相符

2. 利用這些資訊滿足潛在顧客的特別需求

- ## ◎ 小結：廣告策略對於聯繫遊客雖然有用卻非常昂貴，而且只適用於商業本質的遊憩區。我們可以用更有經濟效益的方法，從媒體中獲得利益。(For example 下頁)

MAKING THE SITE EASIER TO FIND OUT ABOUT 3/8

◎ 舉例說明：

1. 利用海洋遊憩區的故事與特色宣傳，尋找適合的報章雜誌，即可免費達成廣告目的。

Ex: 海洋休閒活動、港灣、自然歷史與節慶定期報導。

2. 區域性報紙宣傳則針對當地人

3. 發表輿論文章：針對特定事件、新專欄、自然歷史、或義工日。

→ 可用低成本達到好形象

MAKING THE SITE EASIER TO FIND OUT ABOUT 4/8

◎ 1. 折頁 (Leaflets)

- 為對外團體提供資訊主要方式之一
- 在遊客中心、旅館、觀光設施等地區會發現有不同促銷方式的傳單
- 雖然需花錢設計、印刷及配送，但已算是較便宜的廣告文宣
- 優點：
 - 可在閒暇時閱讀 (車上、家中)
 - 資訊可被保留做往後使用
 - 圖片、圖說與資訊可讓潛在遊客決定是否與需求吻合。

MAKING THE SITE EASIER TO FIND OUT ABOUT 5/8

- 影響價格因素：
 - 印刷品質、紙張類型（顏色、表面處理、厚度）、顏色、紙張形狀、折頁數
- 設計：設計高品質與有效的傳單需要技術與想像
 - 考量價格/預算/數量
 - 外觀要有吸引力
 - 折頁內細部設計影響內容傳達的程度
 - 給專業設計師設計
 - 要點：形狀大小與摺頁方式、字形、照片與圖片、顏色、版面編排、地圖、封面與封底

MAKING THE SITE EASIER TO FIND OUT ABOUT 6/8

- 折頁內容：
 - 各遊憩區皆大同小異(p. 88)
 - 名稱/位置/開放時間/門票/特色/活動/管理單位/聯絡方式/商店小舖
 - 建議可翻譯多國語言增加潛在遊客
- 折頁發放
 - 目標遊客與發放地點一致
 - 設定發放範圍
 - 陳列位置(p. 89)
 - 遊客中心/旅館/市政中心/觀光據點/車站 等
 - 注意傳單發放存量控制與補給

MAKING THE SITE EASIER TO FIND OUT ABOUT 7/8

◎ 2. 海報

- 展示於牆面or商店櫥窗
- 吸引人們視覺注意力

◎ 3. 導覽書

- 通常為個人或出版社發行
- 每個地區會自行發行所屬區域的導覽書
- 不一定非得要用書的型式，製作免費報紙，用廣告方式宣傳。

MAKING THE SITE EASIER TO FIND OUT ABOUT 8/8

◎ 4. 遊客中心

- 新遊客造訪關鍵地
- 提供資料與專業人員
- 適度公關是必要的

◎ 5. 網際網路

- 持續成長的資訊發放管道
- 友善網站 (user friendly) 十分重要

MAKING THE SITE EASIER TO FIND 1

- ◎ 如何讓海洋遊憩區更容易找到？
 1. 明顯指標對初次造訪者特別重要
 2. 路標指示牌要同時照顧搭車與徒步對象
 3. 迎賓入口：容易找到，並且可吸引路過的遊客
 4. 指標與入口設計要有趣、吸引人

路標指示牌

- ◎ 棕底白字標示: (英/美) 意思是有好看的东西，可以停下來看
- ◎ 適用地方：訪客中心、主題公園、綜合休閒設施、歷史建築物、展覽館、遊樂場與花園、自然景觀如海濱景點、特別有趣的地方、遊客（資訊）中心、休閒活動與單車路線
- ◎ 注意事項：
 1. 環境：對標立地點周圍環境的潛在影響
 2. 道路安全：太多標示牌或錯誤引導都會讓駕駛疑惑，可能導致意外發生。

◎ 注意相關管制與規範

1. 開放設立的時間限制
 2. 是否有其他相關公告
 3. 當地規範：當地是否批准
 4. 足夠的停車空間
 5. 是否雙語
 6. 來客數評估
 7. 外來客比例
 8. 標示內容
 9. 至少75000人次遊客，才需在高速公路設立。
- 申請認可：當局會建議設計、用詞與排列、並幫忙製作與架設，自費

- ◎ AA/RAC標示

黃色AA與藍色RAC道路標示是短時間特定事件使用，如市集、運動賽會、音樂慶典、露天廣場或村民聚會，需要申請架設與移除，也要付費。

- ◎ 行人標示

1. 城鄉交接處

2. 徒步者與單車客，如圖4.5(p. 94)

何謂好的標示？

- ◎ 有效而精準的把訊息傳達給讀者
- ◎ 標示設計與用詞
- ◎ 預期回報公式：
 1. 讀者數(低)
=預期回報(低)/努力閱讀程度(高)
 2. 讀者數(高)
=預期回報(高)/努力閱讀程度(低)

設計標示務必考慮的地方

- ◎ 內容：受時間限制，所以必須明確
- 1. 字形：簡潔，避免草書與混合字型 (p.95)
- 2. 大小寫 (特別是英文語系文字)
- 3. 符號：圖像化易讀，可讓外國人了解
- 4. 文字大小：速度、距離、高度 (p.97 table 4.2)
- 5. 易讀性：字體間要有空隙
- 6. 對比和背景：標示環境

入口標示 1

◎ 遊憩區入口

→ 第一印象很重要

→ 明顯、熱烈歡迎與提供足夠的資訊

◎ 入口標示 (明確區隔)

1. 遊憩區名稱
2. 管理單位 (建築設計或圖騰可呈現)
3. 指出區內設施與景點
4. 視覺圖像與遊憩區的本質相符
5. 開放時間
6. 入場費

入口標示 2

- ◎ 設立由遠到近的歡迎標示牌：心理戰術（感覺到是受歡迎與受邀約的）
 - (Figure 4.1, p.99) 注意：英國駕駛方向靠左
- ◎ 設施標示牌：廁所、停車場
- ◎ 標示牌設立注意事項：
 - 注意公共安全、環境問題
- ◎ 在標示牌中逐步增加資訊量

入口設計

- ◎ 第一印象的重要：入口標示是遊客進入整體感覺的一部份
- ◎ 格局的重要
- ◎ 在園區入口有迥然不同的感受
- ◎ 注意是否影響交通安全：動線、速度、夜間安全

MAKING THE SITE EASIER TO GET TO

◎ 讓遊憩區更容易到達

1. 大眾運輸網絡連結

→ 車輛的問題：擁擠、污染、噪音

→ 環境看護者

→ 大眾運輸網路

a. 完整資訊：公車號碼、路線、時刻表、連接方式

b. 與相關單位確認資訊無誤

c. 車站指標與設施：遮蔽與座位

◎ 讓步行者更方便

- 步道設計
- 路徑設計的方便度

◎ 讓自行車者更方便

- 單車固定鎖或停車處、
- 單車路線與鋪面規劃
- 區隔徒步與單車道路



THANK YOU
FOR YOUR
ATTENTION

→ Kilimanjaro Machame Gate