

А. В. Бондар

студ. I курсу магістратури

спеціальність «Менеджмент»

Науковий керівник: к.е.н., доц. К. О. Литвиненко

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ КАНАЛІВ ДІДЖИТАЛ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Впровадження та активний розвиток інформаційних технологій в сфері обслуговування дозволили підняти готельний бізнес на абсолютно новий рівень. Від використання ІТ безпосередньо залежить існування і прибутковість готелю в умовах жорсткої конкуренції на російському ринку. Розглянемо основні інструменти digital-маркетингу і їх ефективність в готельному бізнесі.

Digital-маркетинг – це просування і реклама готельних послуг за допомогою різних цифрових каналів. На відміну від інтернет-маркетингу, digital-маркетинг не обмежується тільки Інтернетом. Він дозволяє залучати й утримувати клієнтів через будь-які цифрові носії, доступні користувачеві навіть поза мережею. Основними каналами цифрового маркетингу є пошуковий маркетинг (SEM), поштовий маркетинг, маркетинг соціальних медіа (SMM), власний веб-ресурс, власна CRM-система, розсилка у месенджерах, відео-маркетинг [1, с. 7].

Для ефективного впровадження цифрового маркетингу будь-якої компанії необхідно врахувати кілька аспектів: ставлення споживача до продукту, бренду, каналу цифрового маркетингу і вмісту реклами. Саме аналізування та правильна інтеграція інструментів цифрового маркетингу дасть бажаний результат.

Всі компанії готельної індустрії в своїй діяльності користуються цифровим маркетингом. Всі клієнти, потенційні й існуючі, використовують ЗМІ, Інтернет, телефон як простий та швидкий спосіб знайти необхідну інформацію. Розвиток індустрії туризму і гостинності дало поштовх для збільшення комунікацій між компаніями та їх клієнтами. Сучасний турист хоче витратити якомога менше часу і сил на пошук тимчасового житла і залагодження всіх нормативних процедур. Саме тому існують такі сервіси, як Booking.com, які дозволяють швидко і моментально забронювати номер у будь-який час та з будь-якої точки світу.

Цифровий маркетинг в готельному бізнесі не зупиняється. Зараз дуже популярним стало використання QR-кодів для реклами компанії. Через даний код можна пройти на веб-сайт готелю, певний додаток або гру, де можна дізнатися про спеціальні пропозиції, накопичити бонусні бали і т. д. Ті ж самі додатки на смартфоні, які надають знижку при бронюванні номера. Також, цей код можна буде вказати на етикетці, наприклад заходів, пакетика з цукром в готельних номерах, а також на ручках і блокнотах. Переходячи по даному коду, клієнт готелю зможе дізнатися цікаві факти і історію появи даних аксесуарів в готелі [2]. Також в готелі можуть розміщуватися мультимедійні стенди для реклами акцій, пропозицій, партнерських заходів. Для дітей цікавим ходом буде можливість встановлення інтерактивного столу з 3D-ефектами в холі готелю [3].

Далеко не всі готелі користуються новинками високих цифрових технологій, по цій більшості підприємств готельної індустрії в свою маркетингову політику буде доцільно включити [4]:

1. 360-градусну панораму холу, номерів та території готелі. Дана технологія не тільки приверне увагу клієнта, а й дасть цілком чітке уявлення про готельних продуктах даної компанії.

2. Багатомовні версії сайту та сторінок в соціальних мережах.

3. Вхід в номери готелю через додаток на смартфоні.

4. «Консьєрж за SMS» - заява клієнтом про свої потреби персоналу.

5. Включення в обслуговуючий персонал роботів. Роботи – майбутнє і вже зараз. А для клієнтів готелю це буде в новинку і дуже цікаво.

Підводячи підсумки, хочеться зазначити, що з розвитком цифрового

маркетингу все більше уваги слід приділяти залученню аудиторії, інтерактивним методам комунікації, вірусній рекламі тощо, особливо підприємствам готельної індустрії. Зручності у бронюванні та проживанні, діалогічна комунікація, інтерактивне залучення гостей, персоналізований таргетинг та детальна аналітика – всі ці переваги використання цифрового маркетингу дозволяють підприємствам готельної індустрії покращувати показники результативності бізнесу.

Список використаної літератури

1. Литвиненко К. О. Методичні рекомендації до вивчення навчальної дисципліни «Електронний маркетинг». Спеціальність: 07 «Управління та адміністрування». Рівень вищої освіти: магістр. Для студентів денного та заочного відділення економіко-правового факультету ОНУ імені І.І. Мечникова. Одеса: «Фірма INTERPRINT». 2020. 67 с.
2. 10+ основных и эффективных способов рекламы своего продукта или услуги в Интернете. *Хабр: Блог Sendpulse.* URL: <https://habr.com/ru/company/sendpulse/blog/299782/> (дата звернення: 02.04.2021)
3. Сила цифр: digital-маркетинг в гостиничной индустрии. *Arendator.ru – сайт о коммерческой недвижимости.* URL: https://www.arendator.ru/articles/155778-sila_cifr_digital_-_marketing_v_gostinichnoj_industrii/ (дата звернення: 02.04.2021)
4. 10 New Hotel Technologies for Modern Rooms. *Інформаційний ресурс Hospitalitynet.* URL: <https://www.hospitalitynet.org/news/4079748.html> (дата звернення: 02.04.2021)