

Интернет как средство
продвижения и продажи
услуг гостиниц

Продвижение отеля в интернете

- Продвижение отеля– это процесс вывода ссылки на Ваш сайт в ТОП-10 по результатам поиска в поисковых системах Яндекс, Гугл и Рамблер. Такой метод продвижения гостиницы даст множество переходов на Ваш сайт

Контекстная реклама гостиницы и гостиничных услуг

- Контекстная реклама гостиничных услуг – наиболее эффективный метод рекламы отеля в интернете. Это короткое текстовое объявление, которое показывается справа и под поисковой строкой в ответ на определенный запрос пользователя. Такая реклама отеля или гостиницы показывается не всем пользователям, а только тем, которые “задали” нужный нам вопрос поисковой системе. Например, “гостиница Москва”, “отель на час” и т.д. Особенно хороша контекстная **реклама отеля** для информирования и привлечения клиентов с помощью акций и спецпредложений (например, “трое суток проживания” по цене двух” или завтрак в подарок”).

Баннерная реклама отеля

- Баннер – это графическая либо анимационная картинка, которая размещается на различных сайтах посвященных определенной тематике. Привлекает внимание за счет своей яркости и динамичности (в случае с анимационным баннером).
- Существует еще одна разновидность баннеров – это медийно- контекстный баннер, его отличие от обычного баннера состоит в том, что такой баннер привязывается к ключевым словам и показывается только в ответ на нужный рекламодателю запрос. Соответственно, эффективность такого вида продвижения гостиниц еще выше.

Реклама гостиницы на форумах

- Находясь в процессе выбора, люди изучают различные специализированные форумы, где читают отзывы и спрашивают совета, для того чтобы принять решение услугами какой гостиницы воспользоваться, что делает форумы отличным местом для рекламы гостиничных услуг. Для начала на подобном форуме стоит зарегистрироваться, а затем уже вступать в обсуждения, оставлять комментарии и давать советы. Очевидное преимущество состоит в том, что Вы выступаете в роли опытного пользователя, к советам которого будут прислушиваться Ваши потенциальные клиенты.

Этапы продвижения и продажи услуг гостиницы

1. Расширять свое присутствие в сети интернет.

На сегодняшний день, такие гиганты, как Twitter или Facebook, являясь лидерами среди социальных сетей, составляют, тем не менее, далеко не 100% полезных для продвижения интернет-ресурсов, и вот почему:

Современный интернет во всём его объеме является сегодня огромным интерактивным социальным ресурсом.

Не стоит забывать о региональных социальных сетях.

Ресурсы вроде YouTube, Foursquare или TripAdvisor, а также блогосфера и конкретные локальные сайты популярны в каждой конкретной стране тоже пользуются у пользователей интернета большим успехом.

2. Грамотный выбор каналов продаж

Каждый отель обладает своей спецификой, поэтому нужно учесть как можно большее количество факторов, таких как:

Предполагаемые масштабы дистрибуции ваших услуг;

Целевая аудитория

Потенциальные возможности, перспективы и популярность канала продаж на данный момент;

Технологические особенности платформы

Цена

Наличие эффективных инструментов маркетинга

3. Активно развивайте интернет сайт вашей гостиницы

Для этого нужно четко выделить целевую аудиторию портала гостиницы, составить подробный список ключевых запросов, в полной мере отражающих как особенности потенциальных клиентов, их предпочтения, так и отличительные черты гостиницы, широту спектра услуг и т.п. Также нужно учитывать региональную зависимость ключевых запросов, ибо для гостиничного бизнеса это является едва ли не определяющим фактором.

4. Роль рейтинга в ценообразовании

Рейтинг гостиницы является тем фактором, который может позволить поддерживать цены на номера в вашем отеле на необходимом уровне.

Но помимо рейтинга отеля, существует огромное количество инструментов, позволяющих привлечь целевую аудиторию, среди которых:

Специальные предложения

Скидки и подарки

Различные пакеты услуг

Промо-акции

5. Личные отношения, как инструмент для бизнеса

Порой, значительно повысить уровень продаж можно просто уделив время и внимание личным встречам с ключевыми партнерами, будь то поставщики, туроператоры или корпоративные клиенты. Иначе говоря, стратегия продвижения любой гостиницы обязательно должна включать такой пункт, как деловое общение.

6. Изучение предпочтений клиентов – путь к успеху

а) Отследить, какие именно категории посетителей представляют наибольший интерес для вас и посещают ли эти люди вашу гостиницу.

б) В какой момент люди обычно бронируют номер в отеле: за месяц до заезда или в последний день перед ним, используют ли они услуги туроператоров и если да, то каких именно и т.д.

7. Будущее – главный ориентир

На популярность и спрос на услуги той или иной гостиницы влияет много факторов: сезонные изменения климата, экономические спады и подъемы, инновационные технологии и т.п. Нужно быть готовым к тому, чтобы изменять и перераспределять план доходов согласно этим факторам. Делать это можно только основываясь на аналитике всех необходимых показателей и явлений, как общемирового масштаба, так и локальных

8. Не пренебрегайте обучением

Стремитесь постоянно получать новые знания. Пусть это будут семинары, конференции, форумы или курсы, - любая удобная вам форма обучения не замедлит принести плоды в виде ценных советов а также, зачастую, укрепления партнерства или налаживания новых деловых связей. Многочисленные деловые встречи отельеров, профессиональные выставки индустрии гостеприимства, форумы и бизнес-завтраки, а также общение в социальных сетях и профессиональных сообществах в интернете и не только – всё то, что может помочь в развитии бизнеса.

Во многом, правильное управление заключается в принятии решения и совершения действия в нужное время. Оценка обстоятельств не всегда дает стопроцентную уверенность в правильности того или иного подхода и стратегии. Однако это не повод бездействовать. Пробуйте различные методы, рискуйте и получайте опыт работы с различными инструментами, ведь в конечном счете это повысит ваш уровень и способности принятия правильных решений. Уроки, даже извлеченные из ошибок, остаются уроками и всегда будут полезны в будущем.