

### **ФОТОУСЛУГИ КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ОТЕЛЯ**

*Аннотация: Рассмотрены особенности использования фотоуслуг для популяризации отеля. Охарактеризованы практические аспекты использования фотоуслуг в отельном бизнесе. Исследован реальный опыт использования фотоуслуг и медиа контента на примере нескольких отелей.*

*Ключевые слова: отельный бизнес, социальные сети, социальные медиа, фотоуслуги, PR-технологии.*

### **PHOTO SERVICES AS AN ELEMENT OF HOTEL PROMOTION**

*Abstract: The features of using photo services to popularize the hotel are considered. The practical aspects of using photo services in the hotel business are characterized. The real experience of using photo services and media content is investigated on the example of several hotels.*

*Keywords: hotel business, social networks, social media, photography services, PR-technologies.*

Любое предприятие, функционирующее в сфере отельного бизнеса, сталкивается с определенными препятствиями, которые заставляют его

регулировать свою деятельность в соответствии с параметрами рынка, а также учитывать деятельность конкурентов. Чтобы избежать этого препятствия целесообразным является формирование конкурентных преимуществ, одним из направлений которого является оптимизация каналов продвижения гостиничного продукта. Разработать рациональную стратегию продвижения гостиничных услуг означает не только найти кратчайший путь к потребителю, но и применить весь спектр доступных инструментов и возможностей. Одним из таких инструментов является использование фотоматериалов и фотоуслуг, которые в век социальных сетей могут кардинально повлиять на формирование маркетинговой и рекламной политики, которую реализует отель, что делает актуальность темы более значимой.

Каждый отель имеет паблик в Вконтакте, Одноклассниках, Facebook, Twitter, Instagram. На сайте каждого из ведущих отелей обязательно содержатся иконки соцсетей. Этот паблик активно и качественно наполняется: в пропорции 50/50 публикуются собственные новости и предложения + интересный контент (фотографии окрестностей, описания мест для посещения, региональные события). Специалистами придумываются разные темы: например, пост о романтическом ужине сопровождается с фото кухни ресторана, которое соседствует с романтическим городским пейзажем

Стоит отметить, что 65% пользователей социальных сетей более активно реагируют на визуальный контент, чем на текстовый. Некоторые ученые утверждают, что 90% информации человек воспринимает визуально. Исследование более 500 000 000 сайтов показало, что 86% пользователей, зашедших в галерею, пересматривают 10 и более фотографий [1]. Отсюда логический вывод, как побуждение отельеров к действию, – уделять еще больше внимания фотографиям, картинкам и дизайну.

Весьма оригинальный метод популяризации отеля был реализован одним из итальянских отелей Mima Club накануне Новогодних праздников. Отель предложил пользователям распечатать одну из опубликованных на сайте снежинок, вклеить в нее свою фотографию и повесить на новогоднюю елку. Для участия в конкурсе нужно было сфотографировать свою снежинку и разместить на странице отеля в Facebook. Победитель определялся методом голосования. На этом PR менеджеры отеля не остановились и организовали другой конкурс «Добавь еще одно место за своим праздничным столом», разослав своим постоянным гостям праздничные «карты мест», которые необходимо было поставить на свой новогодний или рождественский стол и сделать снимок в кругу семьи или друзей. Фотографию нужно было также отправить гостиницы и ждать результатов голосования.

PR менеджеры отеля делают все возможное, что стимулировать гостей фотографироваться на фоне праздничных декораций или оригинальной инсталляции в своем отеле. На видном месте размещается список праздничных и гостиничных хештегов, чтобы гости добавляли их к своим фотографиям и активно распространяли информацию об отеле в социальных сетях и блогах. Например, это могут быть хэштеги #happyholidays, #holidayspirit, #reikartzholidays, #levantholidaystyle. Но задача современных гуру гостиничного бизнеса быть креативными и создавать свои хэштеги и распространять их с помощью послов гостиничного бренда – довольных гостей отеля [2].

Развитие соцсетей в корне изменило поведение гостей отеля. Важным становится не только качество обслуживания, чистота бассейна и кулинарные шедевры повара гостиничного ресторана, но и наличие достойных интерьеров для фотографирования. Возникает вопрос, как понять, что отель располагает соответствующими фонами для Селфи и фотографий. Очень просто, просто необходимо ответить на вопрос: насколько часто гости выкладывают в соцсети (Facebook, Twitter,

FourSquare, Pinterest, Instagram) фото пребывания в отеле. Ведь Селфи на фоне гостиницы – это прежде всего гарантированный успех отеля [3]. Могут реализовываться различные ухищрения: специальное место для Селфи лаунж-бар, устройства для «самофото», предоставляемых бесплатно всем гостям, необычные декорации, отражающие идею отеля, и даже профессиональные камеры, выданные напрокат (Опыт отеля Mariott). Например, 1888 hotel в Сиднее предлагает бесплатное размещение в сутки тем гостям, число подписчиков в Instagram которых превышает 10 000 (Селфи на фоне отеля, изложенное в Сеть, – обязательно).

На сегодняшний день отелям необходимо использовать весь спектр имеющихся маркетинговых инструментов для того, что оставаться конкурентоспособным. Социальные сети захватили все стороны человеческой жизни и для отельного бизнеса наиболее актуальным остаётся продвижение через социальные сети Основным в этом направлении являются медиа контент, который поможет в продвижении отеля в социальных сетях, а так же фотоуслуги, которые могут быть предложены самим отелем.

#### **Использованные источники:**

1. Digital маркетинг – что это такое, и с чем его едят? / [Электронный ресурс].- URL: <http://ukraine.net/2011/11/digital-marketing-ctoeto-takoe-i-schem-ego-edyat/#.VRaRIfysWGM> (дата обращения: 28.11.2020)
2. 14 рекомендаций для эффективного продвижения праздничных предложений отеля [Электронный ресурс].- URL: <http://prohotelia.com.ua/2014/11/holidayhotel-marketing/> (дата обращения: 30.11.2020)
3. Селфи в отеле – эффективная реклама в соцсетях [Электронный ресурс].- URL: <http://myhotel.tools/blog/selfie-in-the-hotel-is-efficient-advertising-in-social-media/> (дата обращения: 01.12.2020)