

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА) – «Значение Интернет-рекламы в продвижении гостиничных услуг».

Слайд 2

Целью представленной работы является рассмотрение особенности интернет-рекламы для продвижения гостиничных услуг.

Достижению цели способствовали задачи исследования, представленные на слайде презентации.

Слайд 3

Главными элементами стратегии продвижения в сети являются:

- эффективный продающий официальный сайт;
- общение с потенциальными гостями и постоянными клиентами отелей в социальных сетях;
- размещение информации в справочных онлайн-ресурсах;
- хорошие позиции в поисковых системах и многое другое.

Слайд 4

Для того, чтобы гость забронировал номер именно в вашем отеле, на сайте должны быть:

- 1) Информация о свободных номерах;
- 2) Бесплатный телефонный номер, начинающийся с цифр 8-800;
- 3) Возможность предоставления дополнительных услуг, а если в отеле нет номера интересующей категории, предложение номера по более высокой цене;
- 4) Ограниченные сроки проведения акций;
- 5) Использование графических меток таких как «эксклюзивное предложение» или «гарантия лучшей цены».
- 6) Призывы к действию: отдохните, приезжайте, попробуйте, мы вас ждём, звоните прямо сейчас.
- 7) Наличие информации по обратной связи;
- 8) Онлайн-консультант, желательно, в круглосуточном режиме.

Слайд 5

Одним из главных критериев выбора является наличие на сайте фотографий гостиницы, их качество и количество.

Рассмотрим, на что в первую очередь стоит обращать внимание отельерам при выборе фотографий для представления своего бизнеса в интернете и привлечения на сайт гостиницы большого количества потенциальных клиентов.

1. Фото интерьера.
2. Правильный ракурс.
3. Свет.

4. Внимание к деталям.
5. Фото вида из окон отеля.

Слайд 6

Способы создания портфолио для отеля и методы увеличения количества изображений на сайте:

1) Следует поручить создание портфолио гостиницы профессиональным фотографам. У них есть необходимое оборудование, они смогут правильно выставить свет и выбрать удачный ракурс. Если такой возможности нет, сделать фото можно самостоятельно либо поручив это кому-либо из сотрудников.

2) Для сайта выбирать только качественные, четкие снимки с высоким разрешением. Также необходимо составить небольшое описание к каждому фото.

3) Рекомендуется регулярно обновлять и пополнять фото на странице. Наличие изображений трехлетней давности не вызывает у клиента доверия.

Слайд 7

Instagram перестал быть просто развлекательной площадкой для любителей посмотреть картинки. Теперь это мощный инструмент для продвижения брендов. Здесь уже много образцовых гостиничных аккаунтов. Есть три важных действия, без которых это невозможно:

- 1) Заполнение профиля
- 2) Отбор контента
- 3) Продвижение в онлайн и оффлайне

Продвинутые гости выбирают YouTube!

Видеоконтент стал частью гостиничного маркетинга. Молодые и активные путешественники все чаще ищут отель на YouTube, а не в Google. И это справедливо: видео — быстрый, простой и мощный инструмент коммуникации. YouTube для продвинутых гостей — все равно что отдельный телеканал.

Слайд 8

Отелю «Николаевский» обязательно нужно создать мобильное приложение.

Почему это эффективно?

- 1) Удобство и экономия времени на поиск и бронирование жилья
- 2) Детализация по месторасположению, уровню и рейтингу жилья
- 3) Уменьшение рисков на бронирование жилья, не отвечающего заявленным требованиям
- 4) Монетизация приложения и привлечение рекламодателей.

Слайд 9

Возможности мобильного приложения для отеля:

- Каталог (фотогалерея) отеля. Детальное описание и визуализация отеля и номеров.
- Удобный поиск развлекательных заведений рядом с отелем.
- Рейтинг и отзывы об отеле от других пользователей приложения.
- Уведомления об эксклюзивных предложениях в городе.
- Возможность произвести оплату за аренду жилья.
- Построение оптимального маршрута из любой точки города к месту проживания.
- Служба поддержки пользователей приложения.

Слайд 10

Получив в свое распоряжение приложение, гость может управлять различными сервисами, что делает его пребывание в отеле «Николаевский» максимально комфортным. Следует привести следующие наиболее интересные функции на примере одного из мобильных приложений:

- Приложение разработано с учетом привычного дизайна в стиле Facebook и Google, поэтому гостю интуитивно понятно, как пользоваться всеми функциями приложения.
- Приложение автоматически распознает язык гостя и общается с ним на его родном языке. Также система имеет встроенный механизм перевода, который помогает при общении гостя с персоналом отеля.
- При загрузке приложения гость получает приветственное сообщение от управляющего отелем. Особое внимание всегда приятно и повышает доверие к выбранной гостинице.
- Подробная туристическая информация и интеграция с сервисом интерактивных карт позволяет показать гостю все туристические объекты, заслуживающие внимания: бары, рестораны, клубы, пляжи, музеи. Это позволяет ему спланировать туристический маршрут с экономией времени.
- Гость может заказать любую услугу отеля: от вызова такси и ужина в номер до дополнительной зубной щетки и полотенец.
- Приложение предполагает интеграцию с основными социальными сетями (Facebook, Twitter, Instagram, Вконтакте и пр.) и позволяет гостю поделиться информацией или мнением об отеле со своими друзьями, поставить «лайк», разместить «пост» или «твит».

Слайд 11

Таким образом, в работе решены все задачи:

- 1) Интернет реклама гостиницы является одним из самых эффективных, инструментов привлечения клиентов. Это происходит из-за того, что более 60% клиентов предпочитают искать информацию о предстоящем месте проживания в Интернете: о ценах, вариантах перелетов,

достопримечательностях и экскурсиях, визовых вопросах, местных традициях и обычаях.

2) Эффективностью создания YouTube канала и мобильного приложения отеля является ее актуальность, а именно: в условиях жесткой конкуренции, небольшие гостиницы могут быть вытеснены с рынка из-за отсутствия правильной политики продвижения, поэтому существует необходимость в создании этих интернет-ресурсов, чтобы привлекать новую аудиторию и вести учет посещения и рейтинга компании.

3) Был рассмотрен вариант для создания и продвижения личного канала гостиницы на YouTube, а также создание именного мобильного приложения для отеля «Николаевский». С помощью этих интернет-ресурсов отель «Николаевский» сможет раскрутить себя, будет намного больше гостей, все будут знать, что отель «Николаевский» идет в ногу со временем!

Слайд 12

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.