

Готельна індустрія України

Особенности рекламы в гостиничном
бизнесе

Отличительные особенности рекламы в гостиничном бизнесе

Особенность	Характеристика
Неличный характер	Коммуникационный сигнал поступает к потенциальному потребителю не лично от сотрудника фирмы, а через посредника средства массовой информации, листовки, каталоги, баннеры и другие рекламоносители)
Односторонняя направленность	Реклама фактически ориентирована только в одном направлении: от рекламодателя к потребителю объекту воздействия). Сигналы обратной связи поступают лишь в форме конечного поведения потенциального клиента – приобретения или отказа от гостиничной услуги

Отличительные особенности

рекламы гостиниц и туризма

Неопределенность с точки зрения измерения эффекта

Обратная связь в рекламной деятельности носит вероятностный характер. Факт приобретения гостиничной услуги зависит от большого количества факторов, часто не имеющих прямого отношения к рекламе, носящих субъективный характер и практически не поддающихся формализации

Общественный характер

Реклама гостиниц несет особую ответственность за достоверность, правдивость и точность передаваемой через нее информации

Отличительные особенности

рекламы гостиничного бизнеса

Информационная насыщенность

Гостиничные услуги, в отличие от традиционных товаров, не имеют материальной формы и постоянного качества, поэтому нуждаются в приоритетном развитии таких функций рекламы, как информативность и пропаганда

Броскость и убедительность

Специфика гостиничных услуг обуславливает необходимость использования наглядных средств, обеспечивающих наиболее полное представление о гостинице

Отличительные особенности

Неосвязаемость гостиничных услуг, их нематериальный характер

Гостиничные услуги невозможно увидеть, попробовать или оценить до их получения. Менеджер может лишь описать преимущества, которые получит потребитель, воспользовавшийся услугой. А потребитель, в свою очередь, может оценить услугу только после ее получения. Такая особенность гостиничной услуги определяет и специфику ее рекламы. Возникает необходимость использования зрительных, наглядных средств, возможно более плотно отражающих гостиничные услуги. Поэтому в рекламе часто используются кино- и фотоматериалы

Отличительные особенности

Сезонность путешествий и, соответственно, различные целевые аудитории и рекламоносители

Лето – сезон массовых отпусков, поэтому гостиничная реклама направлена на самые разные аудитории. При этом активно используются все СМИ. Зимой традиционно наступает спад спроса на гостиничные услуги, это не касается горнолыжных курортов и экзотических стран. В связи с этим, рекламная активность компаний уменьшается, а реклама перемещается в специализированную прессу и гляцевые журналы. Остальные рекламоносители практически не задействуются

Комплексность

На впечатление, которое остается у клиента после потребления гостиничной услуги, влияет множество факторов, даже такие как поведение горничной, официанта, менеджера службы приема и размещения [3]

Виды рекламы в гостиничном



Контекстная и баннерная реклама

Контекстная реклама гостиничных услуг – показывается не всем пользователям, а только тем, которые «задали» нужный вопрос поисковой системе.

Баннерная реклама отеля – графическая либо анимационная картинка, которая размещается на различных сайтах посвященных определенной тематике.

Реклама отеля 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.