

4. РЕКЛАМА В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

М. Петренко, Т.Ю. Примак

Національний університет харчових технологій

Реклама в готельному бізнесі є цілеспрямованим поширенням інформації про готельний продукт з метою інформативного впливу на споживача для продажу готельного продукту, сприяючого появі в покупця зацікавленості в отриманні даних послуг.

В арсеналі готелю є багато рекламних засобів: рекламні видання, матеріали періодичної преси, зовнішня реклама, теле-, кіно-, радіореклама, виставки, конференції, ярмарки, пряма поштова реклама та ін. Зміст рекламного повідомлення завжди повинен бути більш поширений, ніж просто утилітарний, оскільки готель реалізує не лише житлові номери, але і комфорт, різноманітні враження, нові цікаві події тощо. Так головною метою реклами є підвищення ефективності реалізації готельних послуг.

Готельна реклама поділяється на внутрішню та зовнішню.

Внутрішня реклама - реклама, яка здійснюється безпосередньо на території готелю, коли туристи вже проживають в ньому. Спрямована вона може бути як на споживачів послуг, так і на ділових партнерів керівництва готелю. До даного типу реклами відносять: візитки, буклети з інформацією про готель та послуги, що в ньому надаються, координати, дисконтні карти і карти постійного відвідувача, різні види сувенірної продукції з символікою готелю, гігієнічна продукція з символікою готелю інформаційні листівки, папки в номерах і на рецепції.

Зовнішня реклама - реклама, що інформує всіх потенційних споживачів про існування місця розміщення і наданих ним послуг незалежно від країни і міста його розташування. Основне завдання даного типу реклами - пробудити інтерес до послуги і спонукати туристів скористатися нею.

До зовнішньої реклами можна віднести: сайт готелю, рекламу в засобах масової інформації (радіо, телебачення, спеціалізовані журнали, газети), банери, сторінки на туристичних порталах і на сайтах партнерів, буклети та листівки, що розповсюджуються на громадських зборах (виставках, зустрічах, конференціях, презентаціях), фірмову продукцію, а також вивіски, рекламу на транспортних засобах та дорожні покажчики.

Найкращу рекламу готелям роблять задоволені обслуговуванням гості. Найбільш вишукана реклама не матиме результату, якщо прибувши на місце, гості переконуються, що реальність далека від рекламного образу. Через це рекламні кампанії готелів мають здебільшого інформаційний характер, а рекламовані характеристики готельних послуг не повинні бути занадто перебільшеними.

Найпоширенішою формою рекламування послуг готелю є проспекти, які розсилають переважно в бюро подорожей та в інші готелі. Проспекти, окрім цікавої, кольорової, привабливої обкладинки, містять також фотографії

внутрішніх приміщень, короткі відомості про обсяг та рівень послуг, а також ціни за обслуговування. На останній сторінці часто розміщується спрощений план міста з позначенням готелю, що рекламується, вокзалів, аеропорту, а інколи і основних об'єктів, пам'ятників тощо.

Для закріплення хорошої думки про готель велике значення має "Золота книга", в яку гості, що були задоволені перебуванням, записують свої зауваження і побажання. В цій книзі збирають, як правило, автографи всіх знаменитостей, що проживали в готелі, що вже само по собі є рекламою. Зберігається така книга у адміністратора або директора готелю.

Таким чином, реклама є однією із складових популярності готельного підприємства. Щоб правильно виконувати свою роль, реклама в готельному бізнесі повинна мати такі цілі як формування у споживача певного рівня знань про даний готельний продукт; формування доброзичливого ставлення до готелю; спонукання споживача звернутися до даного готелю; прискорення обороту готельних продуктів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Основи готельного менеджменту. Навчальний посібник \ Х.Й. Роглев. - К.: Кондор, 2005. - 408 с.
2. Маркетинг туризму: підручник \ Ю.М. Правик.- К. : Знання, 2008.- 303с.