

УДК 339.138:64

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ

Грищук С.С,
Пушка Ольга, к.т.н., доц.
*Національний університет харчових технологій,
(НУХТ) Київ*

Вступ. Готельний бізнес - це конкурентна галузь, де успіх залежить не лише від якості послуг, але і від ефективності маркетингових заходів.

Актуальність теми. У цьому контексті важливо розробити комплекс маркетингових заходів для просування готелів, щоб залучити нових клієнтів та зберегти вже існуючих.

Матеріали та методи. Методом аналізу літературних даних та інформації в різноманітних інтернет-джерелах була встановлена перспективність використання маркетингових стратегій у вітчизняних закладах розміщення.

Результати та обговорення. Стратегія маркетингу готельного бізнесу — це формування цілей, досягнення їх і розв'язання задач готельного бізнесу по кожному окремому готельно-господарському продукту, по кожному окремому ринку на певний період. Стратегія формується з метою здійснення комерційної діяльності в повній відповідності з ринковою ситуацією і можливостями готельного бізнесу [1].

Було проведено аналіз та встановлено перелік ефективних маркетингових стратегій та їх правильне застосування, що є ключем до успіху готельно-ресторанного бізнесу.

Готель повинен розробити унікальний бренд, який відобразить його цінності, стиль та особливості. Це може бути виражено через: лозунги, логотипи, дизайн, атмосферу.

Для досягнення максимальної ефективності у сучасному світі важливо активно використовувати цифрові

маркетингові інструменти: веб-сайт, соціальні мережі, електронні розсилки, реклама в Інтернеті, пошуковий маркетинг.

Співпраця з туристичними агентствами та компаніями може допомогти залучити нових клієнтів та розширити аудиторію готелю: вигідні умови для туристичних агентств, які продають номери готелю, презентація готелю на туристичних виставках, конференціях та інших заходах, розробка спеціальних пакетів послуг та тарифів для клієнтів туристичних агентств.

Проведення промоційних акцій та заходів може стати ефективним інструментом для привертання уваги до готелю та залучення нових клієнтів: сезонні знижки, акції та спеціальні пропозиції, пакетні пропозиції, які включають проживання, харчування, екскурсії та інші послуги, концерти, вечірки, дегустації, майстер-класи та інші заходи, які можуть зацікавити гостей.

Висновок. Маркетингові стратегії мають бути гнучкими та адаптованими до потреб конкретного підприємства. Для досягнення максимальної ефективності маркетингових стратегій, їх необхідно постійно моніторити та аналізувати. Це дозволить вчасно виявляти недоліки, вносити корективи та оптимізувати зусилля, спрямовані на просування товарів чи послуг.

Розробка комплексу маркетингових заходів є ключовим етапом у просуванні готелів в Україні. Використання цифрових інструментів, розвиток унікального бренду, співпраця з партнерами та організація промоційних акцій допоможуть залучити увагу цільової аудиторії та забезпечити успіх на ринку готельного бізнесу.

Література

1. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу : навч. посіб. / З. І. Тимошенко, Г. Б. Мунін, В. П. Дишлевий; Європ. ун-т. - К., 2007. - 245 с.