

Міністерство освіти та науки України  
Національний університет харчових технологій

**Міжнародна наукова конференція,  
присвячена 130-річчю  
Національного університету  
харчових технологій**

**«Нові ідеї в харчовій  
науці – нові продукти  
харчовій промисловості»**

**13-17 жовтня 2014 року**

---

Київ НУХТ 2014

## Сучасні інструменти промоції та просування готельного продукту

А.В. Магалецький

*Національний університет харчових технологій*

На даний час рівень конкуренції в готельному та ресторанному бізнесі постійно зростає як у світі, так на ринку послуг України. Це зв'язано з багатьма факторами: нестабільністю політичної ситуації, військовими діями, зростанням кількості готелів, вихід нових міжнародних мереж на ринок, зростанням вимог споживачів до якості надання послуг.

Для підтримки сталого рівня завантаженості, формування та утримання значної частки лояльних споживачів, отримання економічного ефекту та позитивного рівня рентабельності ресторани та готельні компанії мають використати всі наявні сучасні інструменти маркетингу для формування ефективної маркетингової політики і її складових – продуктової, цінової, збутової та комунікаційної.

На даний час найбільш дієвими та ефективними інструментами просування готельних та рестораних послуг є:

- Соціальні мережі. Саме через ці засоби на даний час здійснюється основний зв'язок «виробник-споживач», це найбільш швидкий, точний та надійний канал донесення інформації. За дослідженнями 93% людей довіряють інформації, поширеній через соціальні мережі;

- Баз-маркетинг – відомі особи із спорту, шоу-бізнесу, політики, телебачення користуються послугами саме даного готелю та ресторану (не для рекламних цілей, а тому, що вважають їх сервіс та продукт високоякісним). У інших споживачів виникає думка «якщо зірка користується, то чому я Ні?»;

- 3-D реклама. Дуже популярна у вигляді 3-D-графіті, 3-D зображень на бігбордах та відео-екранах. Сучасні технології дозволяють зробити «ефектну» рекламу, яка агресивно приваблює увагу споживачів;

- Відео-блоги, текстові блоги та форуми. Професійні секрети, унікальні історії та сучасні тренди від шеф-кухарів, аніматорів, бар-тендерів, сомельє готелів та ресторанів не залишать байдужими жодного потенційного споживача послуг;

- Внутрішньо-корпоративна система комунікацій (корпоративне телебачення, додатки до систем IOS та Android, QR-коди на меню) активно сприяють зростанню рівня лояльності.

### Література:

1. Сайт для сучасних маркетологів та їх освіти [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.marketingprofs.com>;
2. Сайт маркетингових новацій [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.marketingresources.com>