

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

У складних конкурентних умовах для підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств готельного господарства необхідно розширювати коло інструментів маркетингових комунікацій шляхом інноваційних і креативних підходів та методів. Серед нових інструментів можна назвати флешмоб, буккросинг, графіті, блог. До нестандартних і неоднозначних належить розповсюдження інформації про підприємство готельного господарства у середовищі потенційних клієнтів шляхом чуток і рекомендацій. Це достатньо дієвий інструмент, хоча використовувати його доволі складно.

Вірусний маркетинг – це організація і проведення заходів, які заохочують клієнтів підприємств готельного господарства передавати рекламне повідомлення один одному. Важливо, що при цьому інформація сприймається не як реклама, а як дозвілля і розвага. Характерними ознаками партизанського маркетингу є максимальна гнучкість і знання ніші, в якій підприємство здійснює свою діяльність. Враховуючи особливості функціонування підприємств готельного господарства, доцільність використання такого нестандартного інструмента маркетингових комунікацій не викликає сумнівів.

Застосовуючи різні елементи маркетингового комунікаційного комплексу підприємств готельного господарства, вкрай важливо розуміти, що вони повинні використовуватись так, щоб переваги одного елемента компенсували недоліки іншого і узгоджувалися з усіма інструментами маркетингових комунікацій у готельному бізнесі. Це можна забезпечити здійсненням політики інтегрованих маркетингових комунікацій.