

УДК 658.8:303.43]:[338.46:640.4]

Кісільов Є.В.¹, Капліна Т.В.²

¹ студ. гр. ГРС-21м, ПУЕТ, м. Полтава

² д-р. техн. наук., проф., ПУЕТ, м. Полтава

ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ І РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

Інноваційні стратегії є надзвичайно важливими для розвитку сучасного ринку готельних та ресторанних послуг, оскільки саме вони сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств, їхній адаптації до швидкоплинних змін на ринку, а також задоволенню зростаючих вимог і очікувань споживачів.

На висококонкурентному ринку готельно-ресторанних послуг важливо не просто пропонувати якісні послуги, а й вміти їх правильно просувати. За допомогою маркетингових стратегій підприємства можуть позиціонувати себе як унікальні гравці на ринку, створюючи додаткову цінність для клієнтів. Наприклад, стратегія брендування допомагає підприємствам створювати

впізнаваний імідж, який асоціюється з високою якістю послуг або особливим стилем обслуговування, що сприяє виділенню серед конкурентів.

Маркетингові стратегії, такі як програми лояльності, персоналізація послуг та використання CRM-систем, допомагають приваблювати нових клієнтів і підтримувати лояльність існуючих. Дослідження показують, що утримання постійних клієнтів обходиться дешевше, ніж залучення нових. Ресторани та готелі можуть використовувати програми лояльності, щоб створити довгострокові відносини з клієнтами, що в результаті веде до стабільного доходу.

Стратегії, які фокусуються на клієнтському досвіді, є важливим інструментом для розвитку готелів та ресторанів, оскільки позитивний досвід сприяє зростанню задоволеності клієнтів та підвищенню лояльності. Емпіричний маркетинг, який включає створення незабутніх вражень для клієнтів, допомагає сформувати емоційний зв'язок з брендом. Наприклад, ресторани можуть організовувати тематичні заходи або пропонувати унікальні страви, а готелі – забезпечувати гостям індивідуальний сервіс та увагу до деталей.

Маркетингові стратегії також сприяють проникненню на нові ринки та залученню різних груп клієнтів. Використовуючи аналіз ринку та розуміння потреб споживачів, підприємства можуть адаптувати свої послуги до вимог різних сегментів ринку, таких як бізнес-мандрівники, туристи, сімейні групи або молодь. Це дозволяє підприємствам розширювати свою присутність і залучати нових клієнтів, збільшуючи обсяги продажів і стабільність доходів.

У сучасному маркетингу активно використовуються цифрові технології, які дозволяють підприємствам оптимізувати витрати на рекламу, автоматизувати процеси бронювання, комунікації та управління лояльністю клієнтів. Наприклад, соціальні мережі, SEO та контент-маркетинг є ефективними інструментами для просування послуг із мінімальними витратами. Крім того, цифровий маркетинг дозволяє підприємствам швидко

адаптувати свої стратегії до змін ринкового середовища та реагувати на зворотний зв'язок від клієнтів.

Репутація є одним з найважливіших активів у сфері гостинності, оскільки вона безпосередньо впливає на рішення клієнтів. Маркетингові стратегії допомагають формувати позитивний імідж, забезпечуючи високий рівень обслуговування та підтримуючи зв'язок із клієнтами через відгуки, оцінки та рекомендації. Готелі й ресторани, які активно працюють над підтримкою репутації, привертають більше клієнтів та можуть утримувати лідерські позиції на ринку.

Багато сучасних клієнтів обирають заклади, які підтримують екологічні ініціативи та соціально відповідальне управління. Використання «зелених» маркетингових стратегій допомагає підприємствам позиціонувати себе як екологічно свідомі, що позитивно сприймається споживачами. Наприклад, ресторани, що використовують локальні продукти, чи готелі, які мінімізують використання пластику, можуть привернути увагу екологічно свідомих клієнтів і зміцнити свій імідж.

Сучасні інноваційні стратегії в маркетингу готельних і ресторанних послуг враховують технологічні тенденції, зміни в очікуваннях клієнтів і необхідність формування унікального досвіду. Ці стратегії орієнтовані на персоналізацію, цифрові платформи, використання великих даних і стійкий розвиток (рис.1).

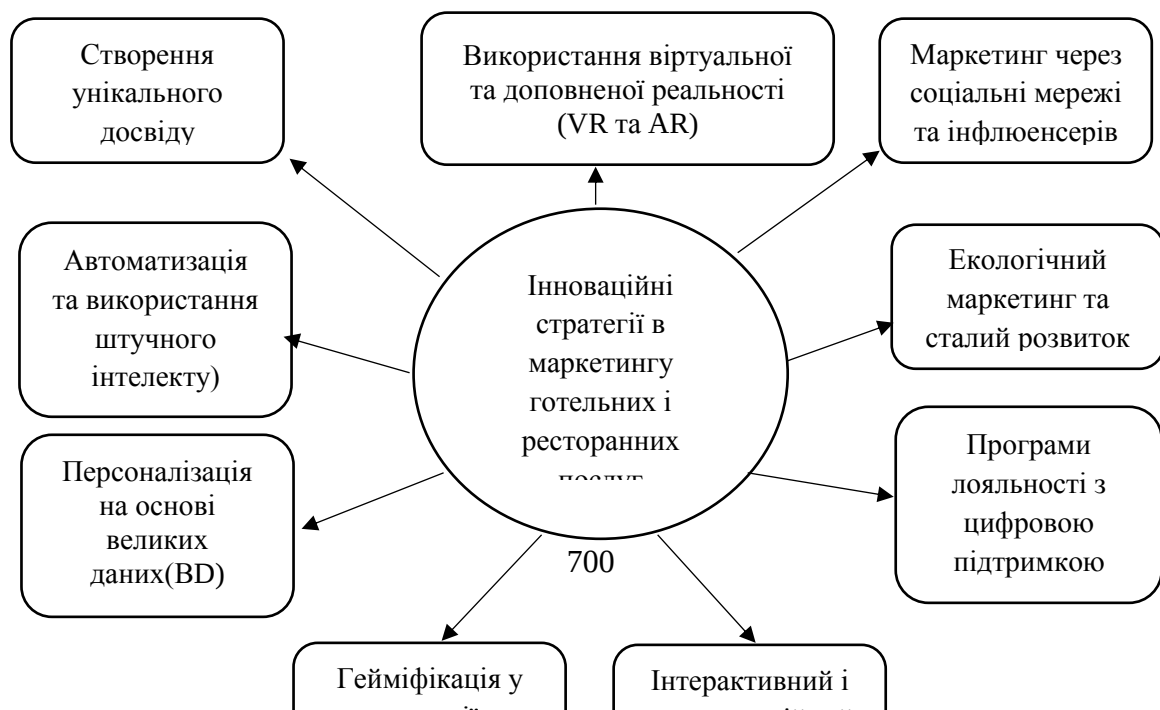


Рисунок 1 – Сучасні інноваційні стратегії в готельному і ресторанному бізнесі (побудовано за [1, 2])

Інноваційні маркетингові стратегії у сфері готельних та ресторанних послуг дозволяють підвищити ефективність взаємодії з клієнтами, зміцнити бренд та адаптуватися до мінливих вимог ринку. Використання сучасних технологій, орієнтованість на унікальний клієнтський досвід та сталий розвиток сприяють формуванню конкурентних переваг і забезпечують довгостроковий розвиток підприємств у цій індустрії.

Висновок. Маркетингові стратегії є основою успіху для готельного та ресторанного бізнесу, оскільки вони сприяють створенню цінності для клієнтів, підтримці лояльності, адаптації до змін на ринку та формуванню довготривалих конкурентних переваг. Застосування стратегій, що орієнтовані на покращення клієнтського досвіду, впровадження інновацій та соціальну відповідальність, допомагає підприємствам бути на крок попереду у швидкозмінному середовищі індустрії гостинності.

Список використаних джерел:

1. Innovative marketing strategies for hotels and restorarants. URL : <https://blog.typsy.com/innovative-marketing-strategies-hotels-restaurants> (дата звернення: 27.10.2024).
2. Here's how you can entice more customers to hotels and restaurants with innovative marketing strategies.URL : <https://www.linkedin.com/advice/0/heres-how-you-can-entice-more-customers-hotels-restaurants-z7dwf> (дата звернення: 27.10.2024).