

УДК 339.138-028

Чайковська Є.Ю.¹, Паньків М.М.²

¹ студ. гр. ДІТ-ГР-23мг, ННІ Українська інженерно-педагогічна академія
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, м. Харків

² канд. іст. наук, доцент, ННІ Українська інженерно-педагогічна академія
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, м. Харків

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ WOW-SERVICES В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Сфера маркетингу є надзвичайно динамічною та чутливою до економічних та суспільних змін. Саме тому сьогодні спостерігається трансформація основних ідей та підходів маркетингу, а також методів його вивчення спричинена так званою «четвертою промисловою революцією». Нова маркетингова парадигма ґрунтується на вивченні взаємозв'язку між мозком, тілом, розумом людини та суспільством. При цьому для кращого розуміння того, як споживачі оцінюють продукти та послуги, використовуються міждисциплінарні дослідження.

Інноваційний маркетинг спрямований на впровадження нових креативних стратегій, технологій та практик у маркетинговій діяльності для задоволення потреб клієнтів, створення цінності та підтримання конкурентних переваг. Основна мета інноваційного маркетингу – знаходити унікальні, сучасні підходи для залучення та утримання клієнтів, використовуючи нові платформи, тенденції та поведінку споживачів. Основні компоненти інноваційного маркетингу включають: використання нових технологій, пошук та впровадження креативного контенту, орієнтація на клієнта, сталий розвиток та

соціальна відповідальність, забезпечення безперервного клієнтського досвіду за допомогою різних каналів [1].

Інструменти, які використовує інноваційний маркетинг, відповідають потребам формування WOW-сервісу в закладах гостинності. Концепція WOW-сервісу в готельному бізнесі є ключовим інструментом для створення незабутніх емоційних вражень, що перевищують очікування гостей. Цей підхід забезпечує формування емоційного зв'язку між брендом і споживачем, сприяючи підвищенню лояльності клієнтів і залученню нових гостей. В готельній індустрії стратегія WOW-сервіс використовується для персоналізації обслуговування. Вона передбачає створення готелем пропозиції послуг на основі індивідуальних потреб гостей, що робить їхній досвід унікальним. WOW-сервіс має бути неочікуваним для споживачів, але при цьому керованим для готелю. Крім того, він має бути своєчасним, тобто пропонуватися в той момент, коли це дійсно необхідно гостю. В цьому контексті, інноваційний маркетинг може виступати ефективним засобом реалізації концепції WOW-сервісу в готельному бізнесі. Оскільки, основні інструменти інноваційного маркетингу поєднують як онлайн, так і офлайн взаємодію, тим самим розширюючи можливості залучення клієнтів, підвищення їх довіри та лояльності. Щоб цей підхід був ефективним, готелі повинні розглядати споживання як цілісний досвід і враховувати як раціональні, так і емоційні компоненти, на основі яких клієнти ухвалюють рішення [2].

Отже, розвиток концепції WOW-сервісу в індустрії гостинності ефективно може проводитися саме засобами інноваційного маркетингу. Це дозволить формувати у гостей готелю цілісний досвід, який буде приносити їм задоволення на кожному етапі обслуговування, а також дасть можливість поєднувати винятковий сервіс, індивідуальний підхід, креативності, інноваційні технології та глибоке розуміння потреб гостей.

Список використаних джерел:

1. Eduzor N. Innovative Marketing Strategies in the Digital Age: A Comparative Analysis of Successful Campaigns. *International Journal of Development, Sustainability and Environmental Management*. 2024. Vol. 4 (1). P. 34–44.

2. Паньків М. М. Wow-ефект як інструмент впливу на поведінку споживача готельних послуг. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2023 р. Державний біотехнологічний ун-т. Харків: ДБТУ, 2023. С. 399–400.*