

УДК 65.012.4:640.4

Рагутський Я.О.¹, Безхлібна А.П.²

¹ студ. гр. МТЕ-420 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

МАРКЕТИНГ В ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЕЙ: СТРАТЕГІЇ, ІНСТРУМЕНТИ ТА ВИКЛИКИ

Маркетинг є важливою складовою діяльності будь-якого готельного підприємства, оскільки він спрямований на привертання та збереження клієнтів, підвищення їхньої задоволеності та побудову позитивного іміджу бренду. Готелі, як суб'єкти господарювання в сфері гостьового обслуговування, постійно стикаються з викликами конкурентного середовища та зростаючими очікуваннями споживачів. У зв'язку з цим розробка маркетингових стратегій стає важливою необхідністю для ефективного функціонування та успішного розвитку готельного бізнесу.

По-перше, маркетингові стратегії дозволяють готелям привертати нових клієнтів та зберігати існуючих. Ретельно розроблені маркетингові заходи допомагають готелям виявляти свою унікальність та привабливість для цільової аудиторії, створюючи мотивацію для клієнтів обирати саме їхні послуги серед різноманітності конкурентів на ринку гостьового обслуговування.

По-друге, маркетингові стратегії дозволяють готелям адаптуватися до змін у споживчих уподобаннях та тенденціях ринку. За допомогою маркетингових досліджень та аналізу споживчої поведінки готелі можуть вчасно реагувати на зміни та впроваджувати нові послуги та ініціативи, що відповідають потребам та очікуванням клієнтів.

По-третє, маркетингові стратегії сприяють побудові іміджу бренду готелю. Позитивний імідж, створений завдяки ефективним маркетинговим заходам, дозволяє готелям відрізнитися від конкурентів та створює підґрунтя для встановлення довгострокових відносин з клієнтами та розвитку лояльності до бренду.

Розробка маркетингових стратегій є необхідним кроком для готелів у забезпеченні їхнього успішного функціонування та конкурентоспроможності на ринку гостьового обслуговування. Ці стратегії допомагають готелям привертати та утримувати клієнтів, адаптуватися до змін у споживчих

уподобаннях та будувати позитивний імідж свого бренду, що є важливими факторами для їхнього успіху та стабільного розвитку.

Першою стратегією маркетингу для готелів є розробка цільової аудиторії та розуміння потреб та вимог цієї аудиторії. Готелі повинні аналізувати своїх клієнтів – від ділових подорожуючих до туристів із різними бюджетами та вподобаннями. На основі цього аналізу готелі можуть розробляти персоналізовані підходи до маркетингу, що включають в себе рекламні кампанії, спеціальні пропозиції та програми лояльності.

Другою стратегією є використання різноманітних маркетингових інструментів для привертання та збереження клієнтів. Це можуть бути інтернет-маркетинг, рекламні кампанії у соціальних мережах, участь у туристичних виставках та ярмарках, розсилка електронних розсилок та інші інструменти. Важливо забезпечити інтеграцію цих інструментів для створення послідовної та ефективної маркетингової стратегії.

Однією з ключових частин маркетингової стратегії готелю є побудова позитивного іміджу бренду. Це включає в себе створення унікальної атмосфери та обслуговування, розвиток унікальних продуктів та послуг, а також активну участь у спільноті та соціальній відповідальності. Позитивний бренд допомагає готелю вирізнятися серед конкурентів та привертати увагу цільової аудиторії.

Однак, готелі стикаються з рядом викликів у проведенні маркетингових заходів. Один із них – це зростання конкуренції в галузі готельного бізнесу. З появою нових технологій та змін у споживчих звичках, готелі повинні постійно адаптуватися та вдосконалювати свої маркетингові стратегії, щоб зберегти свою конкурентну перевагу.

Ще одним викликом є зміни в споживчому підході. Клієнти стають все більш вимогливими та очікують індивідуалізованого підходу та персоналізованих послуг. Готелі повинні адаптуватися до цих змін, розвивати нові підходи до обслуговування та використовувати нові технології для забезпечення задоволення потреб клієнтів.

Узагальнюючи, маркетинг в діяльності готелів є ключовою складовою успіху у цій галузі. Через розуміння потреб та вимог цільової аудиторії, використання ефективних маркетингових інструментів та побудову ефективної стратегії готелі можуть досягти конкурентної переваги та забезпечити стабільний розвиток у сучасному ринковому середовищі.