

## Jak promować hotel leżący na końcu świata?

2014-05-08

Nie ma to jak hotel w centrum dużego miasta. Goście wręcz trafiają do niego sami. Marzenie każdego hotelarza. Dlaczego jednak upraszczać sobie życie i pracować w takim właśnie obiekcie?

Prawdziwym wyzwaniem jest promocja hotelu leżącego poza dużym miastem. Jak przyciągnąć klientów? Jak sprawić, aby oferta wyróżniała się na tle innych, nierzadko bardzo do siebie podobnych?

### Hotel na Facebooku

Z pomocą idą wszelkie sposoby e- marketingu. Dotarcie do dużej liczby osób przede wszystkim gwarantuje posiadanie profilu na Facebooku. To praktycznie darmowy (nie licząc czasu pracy pracownika obsługującego fanpage) i bardzo prosty sposób promocji. Należy jednak stosować się do kilku generalnych zasad. Posty, wydarzenia czy zmiany statusów publikujemy maksymalnie raz dziennie, przynajmniej pięć razy w tygodniu. Gwarantuje nam to stałą widoczność na tablicach obserwujących nas fanów. Ponadto, nie nuży i nie denerwuje ich tak, jak upublicznianie newsów po kilka razy dziennie (bardzo częsty powód utraty "like&#039;ów"). Niezmiernie ważny jest pomysł na prezentację i identyfikację wizualną. Skarbem jest sprawdzony grafik, który przygotowuje kompletny pakiet marketingowy - cover photo, małe i duże banery, a przy okazji - materiał utrzymany w tej samej konwencji na stronę internetową (np. pop up). Mechanizm ten działa na zasadzie skojarzeń i już na samym początku przywiązuje klienta do obiektu.

Moim zdaniem bardzo ważne jest, aby zdjęcia wstawiane na fanpage były odpowiedniej jakości - wiele mówi się o tym, że najbardziej przyciągają uwagę fotografie obrazujące życie hotelu od wewnątrz. Nie zapominajmy się jednak i dbajmy o to, aby i taki obraz miał porządną rozdzielczość i nie "ucinał głowy" bohaterom... Ciekawostką jest fakt, że dużo większą publiczność zbiera post z linkiem niż post z obrazem.

### Strona internetowa hotelu

Bardzo ważne jest posiadanie własnej strony www. Dobrze zaprojektowanej strony. Musi być jasna, czytelna, wyróżniać się nowoczesnym layout&#039;em. Wielką potęgą są zdjęcia dobrej jakości i jak najlepiej oddające rzeczywistość. Dobrym pomysłem jest posiadanie w galerii "wirtualnego spaceru" - daje on możliwość poczucia, jakby było się w obiekcie. Taki wirtualny spacer nie musi kosztować dużo - są firmy, które zgodzą się wykonać go w barterze.

Ponadto, witryna musi ładować się szybko, a menu strony powinno być skonstruowane tak, aby maksymalnie w trzech kliknięciach dotrzeć do interesującej nas treści. Oprócz tego, warto posiadać wersję mobilną na telefony komórkowe i inne przenośne urządzenia. Jak udało się udowodnić, dobrze przygotowana strona www sprzyja większej liczbie rezerwacji on line oraz zapytań skierowanych bezpośrednio z niej - oczywiście należy pamiętać o module "booking engine" i formularza kontaktowego.

Co ważne, na naszej www koniecznie musi znaleźć się odwołanie do strony na Facebooku, konta na Google+ czy TripAdvisor. Można je pobrać w postaci buttona czy okienka ze strony każdego z tych dostawców lub, jeśli nie wpisuje się on w konwencję strony, stworzyć własną ikonę z hiperłączem.

Cały artykuł dostępny TUTAJ.

Autor: Klaudia Babiej - dyrektor operacyjny czterogwiazdkowego Parku Rekreacyjno-Biznesowego Las Woda w Wildze pod Warszawą. Absolwentka Wyższej Szkoły Turystyki i Języków Obcych na wydziale Turystyki i i Rekreacji.