

Strona www hotelu dobrze zaprojektowana

2014-09-22

W dobie wszechotaczającej nas wirtualnej rzeczywistości, z marketingowego punktu widzenia, najważniejszym narzędziem każdego hotelarza winna być własna strona www. To właśnie ona jest często pierwszym miejscem, gdzie następuje kontakt potencjalnego gościa z ofertą obiektu. Strona kreuje wyobrażenie i atmosferę miejsca, a zatem w aktywny sposób buduje postawę prosprzedażową.

Przez lata wiele stron internetowych w branży hotelarskiej ograniczało się do publikacji w prosty sposób podstawowych informacji o obiekcie, w tym m.in. opisów pokoi, lokalizacji hotelu, usług dodatkowych dostępnych na miejscu. Z czasem jednak wraz z rozwojem nowoczesnych technologii, które umożliwiają bezpieczną sprzedaż przez internet (e-commerce), rola stron internetowych zmieniła się. Dzisiaj serwis hotelu może i wręcz powinien pełnić rolę wirtualnego sprzedawcy, który pracuje siedem dni w tygodniu, przez 365 dni w roku i nigdy nie korzysta z urlopu. Głównym zadaniem wirtualnego sprzedawcy hotelu jest przekazanie informacji, zachęcanie do rezerwacji i umożliwienie dokonania transakcji w czasie rzeczywistym.

Serwis internetowy hotelu to zbiór wielu stron. Każda z nich pełni określone zadanie. Jedne przedstawiają dokładną lokalizację obiektu i podpowiadają najwygodniejszy sposób dojazdu, inne ukazują wyposażenie hotelu i poszczególnych pokoi. Jeszcze inne przedstawiają lokalne lub regionalne okolice. Jednak najważniejszą stroną każdego serwisu jest strona główna. To ona z reguły jest pierwszą, którą odwiedza potencjalny gość, co wynika np. z tego, że najczęściej strona główna jest publikowana w wyszukiwarce lub z faktu, promocji adresu www.

Cały artykuł dostępny jest we wrześniowym wydaniu "Świata Hoteli" Autorem tekstu jest Rafał Marek, właściciel TurystykawInterecie.pl