

## Czy hotelom opłaca się współpraca z blogerami?

2016-05-17

Reklama hotelu w blogosferze może okazać się dobrym pomysłem, jeśli chcesz, aby marka Twojego hotelu zaistniała w Internecie. Sprawdź, co zyskasz na takiej współpracy.

Każdego dnia tysiące użytkowników odwiedzają blogi. Twórcy internetowi stali się autorytetami i zyskali miano tzw. influencerów (ang. influence - wpływ). Często to oni kreują opinie, które służą internautom jako drogowskaz do wyboru miejsca na wypoczynek. Według badania PSBV z 2015r. aż 53% stałych odbiorców blogów i vlogów kupiło jakiś produkt dzięki rekomendacji blogera, a aż 52% pod wpływem jego opinii zrezygnowało z zakupu.

Potencjał marketingowy drzemący w blogosferze i różnorodna tematyka umieszczanych w niej treści umożliwiają reklamę przedsiębiorcom z prawie każdej branży. To także doskonała okazja, aby z tej możliwości skorzystały hotele.

Dzięki współpracy z blogerem wiarygodność marki wzrośnie

Autentyczna opinia wydana przez wpływowego blogera i podpisana jego nazwiskiem zyskuje na wiarygodności. Blogi pod względem wartości opinii wypierają fora czy portale społecznościowe, na których coraz częściej zamiast rzetelnych ocen pojawiają się komentarze wystawiane przez zawodowców z branży marketingu szeptanego. Aby współpraca z blogerem przebiegła pomyślnie, najlepszym rozwiązaniem jest zachowanie transparentnej postawy i rezygnacja z narzucania "redaktorowi" zdania na temat produktu. Paradoksalnie, nawet jeśli bloger wytknie produktowi wadę, sympatia użytkowników do marki jako wiarygodnej firmy pozostanie.

Kreatywny bloger oryginalnie zaprezentuje hotel

Według portalu Eredaktor.pl tylko w 2012r. w Polsce było ponad 3,5 mln blogów. Aby wyróżnić się na tle takiej konkurencji i przyciągnąć do siebie czytelników, blogerzy korzystają z niewyczerpanych pokładów kreatywności podczas tworzenia wpisów.

Każdy twórca treści w Internecie jest inny, dlatego efekt współpracy z każdym z blogów będzie wyglądał inaczej. Blogerzy to często zawodowcy, utrzymujący się z pracy w sieci. Większość z nich profesjonalnie traktuje współpracę z firmami i wie, jak dopasować przekaz, aby zaciekać czytelnika. Stawiając na współpracę z blogerami, powinieneś liczyć na unikalny sposób prezentacji Twojej marki.

Reklama na blogu trafia do specyficznego grona odbiorców

Podejmując decyzję o przeprowadzeniu wspólnej kampanii, najpierw zdefiniuj grupę docelową, do której chcesz trafić ze swoją reklamą, a następnie oceń czy współpraca z danym blogerem pomoże Ci do niej dotrzeć.

Hotele najczęściej współpracują z blogerami lifestyleowymi. To najpopularniejsza kategoria blogów - według danych z portalu zblogowani.pl, którą czyta 39% kobiet korzystających z blogosfery i 22% spośród mężczyzn. Blogerzy lifestyleowi reprezentujący filozofię tzw. slow life chętnie odwiedzą kameralny hotel w Bieszczadach. Zdarzają się także miłośnicy metropolii, którzy z pewnością przyjmą zaproszenie do luksusowego hotelu w centrum stolicy. Reklamy hoteli znajdziesz też na blogach o tematyce podróżniczej, ale nic nie stoi na przeszkodzie, aby złamać ten schemat i

postawić na współpracę z blogerami z innych branż. Doskonałym pomysłem będzie kampania hotelu typu Spa&Wellness na blogu o urodzie lub reklama hotelu dla rodzin z dziećmi na blogu o tematyce parentingowej. Współpracując z odpowiednimi blogerami, od razu trafiasz do grupy użytkowników, których zainteresuje Twoja oferta.

Przeczytaj cały artykuł

Autor: Tomasz Walkowiak, Technical Support Specialist Team Leader, Profitroom