СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Анастасия ГРИЧАНАЯ

anastasia.griceanii@gmail.com

CZU: 339.138:338.48

The article is about classical and modern methods of promotion; a marketing, financial and economic analysis of the activities of the company "ISIDA" SRL. It also describes the main methods of promoting services by a travel agency, provides recommendations on the introduction of modern methods of promoting services for a travel agency, and evaluates their effectiveness.

Актуальность темы связана с тем, что из-за пандемии COVID-19, которая перевернула мир туризма, и из-за которой индустрия гостеприимства сильно пострадала, множество компаний не выдержали кризиса и ушли с рынка. Для того, чтобы «остаться на плаву», выдержать конкуренцию и увеличить доходы, необходимо, в первую очередь, пересмотреть маркетинговую стратегию компании. Многие туристические агентства стали развивать online-продвижение своих услуг. Как показала практика, такой способ продвижения обладает определенными преимуществами.

Целью работы является изучение и анализ современных способов продвижения услуг в туризме, а также разработка рекомендаций по их применению в маркетинговой стратегии туристического агентства «ISIDA» SRL.

Для раскрытия цели были поставлены следующие **задачи**: исследование и сравнение классических и современных методов продвижения в индустрии гостеприимства, проведение маркетингового и финансово-экономического анализа компании «ISIDA» SRL, разработка рекомендаций по внедрению современных методов продвижения услуг для туристического агентства и оценка их эффективности.

Продвижение – это вид коммуникации между покупателем и продавцом, целью которой является информирование и убеждение покупателя приобрести услуги фирмы. Надежная маркетинговая стратегия индустрии гостеприимства является ключом к успешному привлечению и удержанию клиентов.

Методы продвижения подразделяются на классические и современные. Классические, в свою очередь, делятся на: рекламные (пресса, радиореклама, уличная реклама, участие в выставках, реклама в Интернете) и на нерекламные методы (личная продажа, прямой маркетинг, стимулирование сбыта и пиар). К современным методам продвижения относятся: поисковой маркетинг, контекстная реклама, таргетированная реклама, «SMM-маркетинг», вирусный мар-

кетинг, продвижение продукта через создание собственного web-сайта, Email-маркетинг и контент-маркетинг [1. С.265].

Основным преимуществом цифрового маркетинга является способность отслеживать данные о поведении пользователей и эффективности кампании в режиме реального времени. Сегодня цифровой маркетинг произвел революцию в различных отраслях и изменил способы взаимодействия компаний с клиентами. Туристы ищут информацию в Интернете, оформляют и оплачивают бронирование, а также мероприятия и события в местах, которые они планируют посетить [2. С.42; 3. С.355].

«ISIDA» SRL – это туристическое агентство, которое было основано в 1992 году. Основным видом деятельности агентства является предложение и предоставление широкого спектра туристических услуг как в стране, так и за рубежом[4, 5, 6].

Туристическое агентство обладает доступными предложениями с приемлемыми ценами, что позволяет охватить основной сегмент рынка. Действуя уже более 30 лет на рынке, агентство «ISIDA» SRL накопило большой опыт работы с клиентами и квалифицированным персоналом. В ходе исследования было установлено, что у агентства имеется существенный недостаток – слабая маркетинговая политика и несовершенство системы продвижения как таковой.

Для повышения экономической эффективности и увеличения доходов агентству было предложено обратить внимание и использовать такие современные способы продвижения, как продвижение в социальных сетях Facebook и Instagram, внедрение контент-маркетинга и поискового маркетинга. Данные методы являются самыми приемлемыми для продвижения туристических услуг, поскольку являются менее затратными по сравнению с классическими и ориентированы на целевую аудиторию. Так, стоимость рекламы на Facebook на 1000 показов составляет менее 10$, в то время, как минута рекламы на телевидении стоит от 900 до 4000 евро. (Рис.1).

Offline	Цена, евро/мин	
Телевидение	Prime TV – 4000	
	Publica TV – 2000	
	Moldova 1 – 900	
Радио (Retro FM)	8.00 – 12.00	40
	12.00 – 17.00	30
	17.00 – 20.00	40
	20.00 – 23.00	20

Facebook	Цена за клик,$	Цена за тысячу показов,$	CTR, %
Stories	0,55	1,08	0,09
Правый столбец	0,38	2,48	0,15
Лента	0,26	5,18	4,70
Видео	0,13	0,38	2,06

Instagram	Цена за клик,$	Цена за тысячу показов,$	CTR, %
Stories	0,66	3,50	0,76
Лента	1,86	7,27	0,69
Интересное	0,53	2,72	0,47

Рис.1 Расценки на offline и online рекламу в Республике Молдова [7,8,9].

Нами была рассчитана примерная стоимость рекламной кампании для привлечения 10 потенциальных покупателей туров в Египет. Мы воспользовались статистическими данными сайта «WordStream» [10]. В соответствии с данными, средний коэффициент конверсии на Facebook составляет 2,82%. То есть из 8000 показов около 10 человек покупают тур (зависит от качества продаж в компании). Мы также знаем, что цена за 1000 показов в социальной сети Facebook составляет 5,18$. Соответственно за 8000 показов туристическое агентство заплатит 41,44$. Если нужно продать 100 туров, то затраты на продвижение составят 414,40$, в то время как затраты на традиционные методы значительно выше.

Плюс онлайн методов ещё и в том, что они охватывают конкретную целевую аудиторию, то есть эффект инвестиций гораздо выше. В этой связи, агентству «ISIDA» SRL рекомендуется использовать систему поискового маркетинга и запуск реферальной программы.

Можно сделать вывод, что современные методы продвижения – это «маркетинг будущего». Обладая определенными преимуществами, они позволяют компаниям индустрии гостеприимства обеспечить гибкость в зависимости от изменений на рынке.

Библиография:

1. MCCABE, S. *Marketing Communications in Tourism and Hospitality: Concepts, Strategies and Cases.* Elsevier Ltd. Oxford OX5 1GB, UK: 2009. C 265.
2. АБАБКОВ, Ю.Н. *Маркетинг в туризме. ИНФРА –М.: Высшее образование.* 2012. С. 214. ISBN:978-5-16-004713-3
3. ВОРОШИЛОВА, И., БОГДАНОВА, С. *Интернет-реклама в туризме: плюсы и минусы // Туризм: практика, проблемы, перспективы.* — 2005. — №8. — 355 с.
4. Официальный сайт предприятия ««ISIDA» SRL» https://www.isida.md/
5. Facebook страница туристического агентства ««ISIDA» SRL» https://www.facebook.com/agentia.isida/
6. Инстаграм – аккаунт «ISIDA» SRL: https://www.instagram.com/isida_travel/
7. Официальный сайт радио «RetroFM» https://retrofm.md/index.php?go=Content&id=423
8. Блог о маркетинге «AdButton» https://adbutton.net/ru/articles/advertising-in-social-networks/razmeshchenie-reklamy-v-facebook-ili-instagram-chto-luchshe#section2
9. Новостной портал «PointMD» https://point.md/ru/novosti/obschestvo/stoimost-minuty-reklamy-na-tv-dlia-kandidatov-ot-80-do-4000-evro/
10. Статистический портал «Wordstream» tps:// www.wordstream.com/blog/ws/2017/02/28/facebook-advertising-benchmarks

Recomandat

***Natalia COȘELEV**, dr., conf. univ.*