

Вплив соціальних мереж на індустрію гостинності

З моменту створення інтернету в 1989 році Тімом Бернерсом-Лі та Робертом Кайо, розвиток всесвітньої мережі не зупиняється ні на мить. Як наслідок, прогресують швидкість створення та поширення різного роду контенту й інформації. Останнє десятиліття соціальні мережі поступово впліталися у наше життя, що призвело до кратного посилення їх впливу на майже всі сфери життя, порівняно з початком 00-х років.

На сьогоднішній день існують десятки, якщо не сотні, додатків для комунікації людства між собою. Найбільш поширеними та впливовими серед них є [1, 2]: Twitter (528.3 млн. користувачів); TikTok (1.67 млрд. користувачів); Instagram (2.35 млрд. користувачів); YouTube (2.5 млрд. користувачів); Facebook (3 млрд. користувачів).

Сфера послуг потрапила чи не під найбільший вплив технологій комунікації. Зазначена галузь значною мірою покладається на соціальні мережі задля більшого охоплення споживачів. Індустрія гостинності швидко адаптувалась до цих змін та нововведень, успішно використовуючи їх з метою покращення ефективності маркетингу та комунікації з клієнтами.

Сучасні соціальні платформи надають неймовірний асортимент ідей та можливостей для просування бренду / закладу. Один із найефективніших інструментів маркетингу сьогодні – сервіс для перегляду та створення коротких відео TikTok. Охоплення аудиторії одним кліпом може потенційно складати мільйони переглядів унікальних осіб. Такий маркетинговий інструмент є вкрай потужним та дієвим.

Агентство цифрового маркетингу “Profile Tree” у своїй статистиці за 2022-2023 роки щодо маркетингу в галузі гостинності [3] наголошує, що:

- створення високоякісних фотографій готелю та подальша їх публікація, в перспективі може збільшити кількість бронювань на 15%;
- покоління Z робить значний внесок у розвиток готельного бізнесу: трафік зріс на 189%, а транзакції – на 257% порівняно з періодом до пандемії;
- контент про подорожі в Instagram має найвищий рівень залучення – 1,41%.

Одночасно з позитивним впливом соціальних мереж, існують аспекти, що можуть негативно відзначитись на функціонуванні готелю. Часто позитивні рецензії залишаються в тіні негативних, що не сприяє збільшенню споживчої зацікавленості. Новини з негативною конотацією швидше ширяться мережею, набувають більшого розголосу.

Паріза Салкхорде, директор та партнер компанії “Ernst & Young Global Limited” (“EY”) у своєму дослідженні, “Основні проблеми використання соціальних мереж в індустрії гостинності: 2009” [5] цитує слова доктора філософії та професора бізнесу гостинності Майкла Л. Касавани: “Хоча соціальні мережі можуть допомогти підвищити лояльність і задоволення гостей, вони також можуть призвести до несправедливого негативу, поширення недостовірної інформації та надмірної критики...Тенденція до соціального нетворкінгу пропонує безпрецедентну можливість для закладів гостинності отримати конкурентну перевагу шляхом аналізу отриманого зворотнього зв'язку, обдумування конструктивних порад і визначення того, як найкраще підвищити рівень досвіду гостей.”[5]

Соціальні медіа надають прекрасну можливість для галузі гостинності налагодити більший контакт зі своїми клієнтами з кінцевою метою розвитку партнерства для зростання бренду та розвитку. Гостинність, як одна з найбільш інтерактивних індустрій, зацікавлена в соціальних мережах.

Список використаних джерел та літератури

1. 23 Top Social Media Sites to Consider for Your Brand in 2023 URL: <https://buffer.com/library/social-media-sites/>
2. Most popular social networks worldwide as of July 2023, ranked by number of monthly active users URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
3. Hotel Marketing Statistics that Prove the Hospitality Industry is Bouncing Back URL: <https://profiletree.com/hotel-marketing-statistics/>
4. Salkhordeh, P. Key issues in use of social networking in hospitality industry: 2009. URL: https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1259&context=gradconf_hospitality
5. Kasavana, M. The Unintended consequences of social media and the hospitality industry, Hospitality Upgrade, Fall 2008. URL: https://www.hospitalityupgrade.com/Hospitalityupgrade.com-0093-2016Redesign/media/hospitalityupgrade.com-0093/File_Articles/HUFall08_Kasavana_SocialMediaandHospitality.pdf