

SMM-ПРОДВИЖЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

*Вакар А.С., студент
Костюкевич Е.А., магистр экономики и управления,
старший преподаватель
Учреждение образования «Барановичский государственный
университет», г. Барановичи*

Аннотация. В работе рассматривается SMM-продвижение в гостиничном и ресторанном бизнесе, преимущества и недостатки маркетинга в социальных сетях.

Ключевые слова: SMM, ресторанный бизнес, гостиничный бизнес, привлечение клиентов, контент.

SMM IN THE HOTEL BUSINESS

*Vakar A.S., student
Kostyukevich E.A., M.E.U., Senior Lecturer
Educational institution «Baranovich
State University», Baranovich*

Annotation. The paper discusses SMM promotion in the hotel and restaurant industry, advantages and disadvantages of social media marketing.

Key words: SMM, restaurant business, hospitality business, customer engagement, content.

SMM-продвижение в гостиничном и ресторанном бизнесе играет важную роль в цифровой трансформации этих отраслей. В современном мире потребители все больше ищут информацию о гостиницах и ресторанах в сети Интернет, общаются через социальные сети и принимают решения на основе онлайн-рекомендаций. Поэтому использование социальных медиа для продвижения и взаимодействия с клиентами становится необходимым элементом успешной деятельности в этих отраслях.

На 2023 год объектов общепита насчитывалось 15 тысяч. Из них 3863 работали в Минске, в Минской области – 2389 объектов.

В Гомельской области – 2049, в Брестской – 1932, в Витебской – 1741, в Могилевской – 1570, в Гродненской – 1456 объектов [1].

По данным государственного объединения «Столичная торговля и услуги» в 2023 году загрузка номерного фонда гостиниц в Республике Беларусь восстановилась до уровня, характерного для туристической отрасли до кризиса 2019 года. Она составила 52,4%, превысив уровень 2022 года на 10,7% [2]. По данной статистической информации можно сделать вывод, что конкуренция на рынке присутствует, поэтому применение SMM-продвижения становится как никогда актуальным.

В таблице 1 приведены достоинства и недостатки маркетинга в социальных сетях для гостиничного и ресторанного бизнеса.

Таблица 1 — Достоинства и недостатки маркетинга в социальных сетях для гостиничного и ресторанного бизнеса [3]

Достоинства SMM	Недостатки SMM
1. Информирование клиентов обо всех акциях и предложениях отеля/ресторана. 2. Улучшение имиджа торговой марки (брендинг), узнаваемости бренда. 3. Низкая стоимость рекламы. 4. Повышение уровня доверия среди потребителей.	1. Высокая конкуренция, большая активность бизнесов в соцсетях. 2. Отсутствие мгновенных результатов, несмотря на моментальный feedback (обратная связь). 3. Риск блокировки аккаунта. 4. Постоянная работа и регулярное обновление рекламных стратегий.

Любой из недостатков, с учетом стремительности развития социальных сетей в современном мире, может в любой момент стать достоинством, как и наоборот. Для корректной работы в социальных сетях необходимо исследовать данный рынок на ежедневной основе.

В цифровую трансформацию входят следующие составляющие SMM-продвижения гостиничного и ресторанного бизнеса:

1. Создание привлекательного контента о гостинице или ресторане, публикация фотографий, видеоэкскурсий, отзывов и акций помогут привлечь новых клиентов через социальные сети.

2. С помощью социальных сетей можно быстро отвечать на вопросы и жалобы клиентов, проводить опросы и анкетирование, чтобы узнать мнение посетителей и улучшить качество обслуживания.

3. Регулярное публикование контента о гостинице или ресторане на популярных платформах поможет повысить узнаваемость бренда и привлечь больше потенциальных клиентов.

4. Оценка эффективности SMM-стратегии, анализ ключевых метрик (количество подписчиков, вовлеченность аудитории, конверсии и т.д.) позволит оптимизировать продвижение и достичь лучших результатов [3].

Таким образом, SMM-продвижение в гостиничном и ресторанном бизнесе является неотъемлемой частью цифровой трансформации отрасли, позволяя привлекать новых клиентов, улучшать обслуживание, повышать узнаваемость бренда и укреплять связь с аудиторией.

Список использованных источников

1. Белстат рассказал, сколько в Беларуси рынков, торговых центров и заведений общепита [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://primenews.by/archives/38192> — Дата доступа: 05.03.2024

2. В Минске загрузка гостиниц выросла более чем на 10% за 2023 год [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://mlyn.by/26022024/v-minske-zagruzka-gostinicz-vyroslo-bolee-chem-na-10-za-2023-god/> - Дата доступа: 05.03.2024

3. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://amdgru.ru/blog/smm-marketing/> — Дата доступа: 05.03.2024