

Тренды коммуникаций в гостиничном бизнесе

Научный руководитель – Таранова Юлия Владимировна

Снопченко Анна Станиславовна

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра связей с общественностью в бизнесе, Санкт-Петербург, Россия
E-mail: anna220767@yandex.ru

На сегодняшний день гостиничный бизнес вносит немаловажный вклад в экономику множества государств. Уровень развития индустрии гостеприимства (частью которой является гостиничный бизнес) играет большую роль для любых местностей, через которые проходят значительные туристические потоки.

Отмечается, что в последние годы наблюдается рост конкуренции в гостиничном бизнесе [n4]. Это обуславливается в том числе возрастающей популярностью онлайн туристических агентств (online travel agencies); именно к ним относятся такие известные системы бронирования, как Booking.com или Airbnb.

Актуальность исследования обусловлена тем, что изучение тенденций отрасли и трендов в коммуникации субъектов гостиничного бизнеса позволит сформировать эффективные тактики по использованию современных инструментов продвижения и внедрению их в коммуникационную стратегию. Эмпирическую основу составили исследования рынка гостеприимства и его субъектов, отраслевые ресурсы, порталы и СМИ.

Одной из наиболее важных тенденций развития коммуникаций в гостиничном бизнесе является рост использования смартфонов для совершения бронирований или заказа гостиничных услуг. Это подтверждается следующими данными:

- для 76% путешественников смартфон - главный спутник в путешествии;
- 74% потребителей готовы использовать приложения от отелей;
- 42% людей во всем мире бронируют отели на мобильных устройствах [n3].

В связи с этим возрастает роль цифровых коммуникаций в гостиничном бизнесе. В частности, одним из направлений для работы в этой связи становится адаптация веб-сайта отеля под мобильные устройства для упрощения его использования на смартфонах, а также ориентация на привлечение на сайт в первую очередь трафика с мобильных устройств.

Помимо собственного веб-сайта, важной точкой взаимодействия бизнеса и потребителя являются аккаунты в социальных сетях, поскольку там присутствует значительное число современных потребителей. Немаловажным аспектом развития данных аккаунтов является проработка фото и видео, которые там размещаются. Как утверждают эксперты, это напрямую влияет на количество запросов на бронирование (оно может возрасти на 225%, то есть более чем в два раза) [n6]. Разработка качественных видео также может сыграть важную роль: если 20% пользователей готовы читать текст, то 80% предпочтут посмотреть видео с тем же содержанием [n5].

Также набирающим популярность инструментом по работе с аудиторией в гостиничном бизнесе являются чат-боты. Они могут быть встроены как в собственное приложение или форму на сайте отеля, так и использоваться в популярных мессенджерах. Использование чат-ботов позволяет отелям частично уменьшить свою зависимость от различных туристических агентств или агрегаторов, увеличив число прямых бронирований - именно

за счет того, что они могут находиться с пользователями на одних и тех же площадках [n2]. Кроме того, по прогнозам, к 2020 году чат-боты «будут обеспечивать 85% всех взаимодействий с клиентами, а также 5% всего рынка автоматизации чат-ботами будет принадлежать туризму и гостиничному бизнесу» [n1].

Процессы упрощения коммуникации с потенциальными и существующими гостями, а также исключение сотрудников отеля из наиболее простых процедур (наподобие регистрации и выезда) позволяют сделать предположение о том, что наблюдается тенденция «автоматизированных» коммуникаций, которая имеет место в совокупности с увеличением количества новых технологий, которые позволяют оптимизировать данные процессы. Вполне возможно, в будущем именно в отелях среднего и низшего ценовых сегментов это будет проявляться более отчетливо, тогда как в отелях более высоких ценовых сегментов, напротив, будет проявляться в большей степени тенденция на гиперперсонализацию взаимодействий с потребителем, и одним из обоснований более высокой цены будет выступать именно этот фактор.

Тренды в поиске партнеров для сотрудничества и коллаборации соотносятся с векторами развития всего гостиничного сектора сферы гостеприимства: в частности, тенденция на «экологичность» и растущую социальную ответственность бизнес-деятельности требует поддержки эко-инициатив и местного сообщества со стороны бизнес-субъектов. К примеру, в 2016 году организация International Tourism Partnership объявило о том, что проводится большая работа по развитию способов управления водными ресурсами благодаря инициативе по измерению воды в отелях. Инициативу поддержали восемнадцать мировых гостиничных групп, среди которых были Hilton Worldwide, Hyatt Hotels & Resorts, Marriott International и др [n7].

Таким образом, тренды коммуникаций в гостиничном бизнесе неразрывно связаны с направлениями, в которых движется отрасль в целом. Использование современных технологий значительно меняет процессы взаимодействия с потребителями, что важно учитывать при планировании своей деятельности. Формирование коммуникационной стратегии должно базироваться также на успешных практиках конкурентов, поскольку возможно их переосмысление и адаптация под свои условия.

Источники и литература

- 1) Журнал Welcome Times: <https://welcometimes.ru/opinions/k-2020-godu-5-vsego-ryнка-avtomatizacii-chat-botami-budet-prinadlezhat-turizmu-i>
- 2) Chatbotslife: <https://chatbotslife.com/top-5-ways-chatbots-are-revolutionizing-the-hot-el-industry-a3a07e7ea895>
- 3) Criton: <https://www.criton.com/news-hub/30-mobile-marketing-stats-for-hotels-in-2019/>
- 4) Deloitte: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/nl/Documents/consumer-business/deloitte-cip-ths-travel-hospitality-outlook-2019.pdf>
- 5) E-Marketing Association: <https://www.e-marketingassociates.com/blog/14-stats-that-show-why-video-marketing-is-important-for-hotels>
- 6) Frederic Gonzalo: <https://fredericgonzalo.com/en/2014/09/03/photos-impact-bookings-more-than-reviews-on-tripadvisor/>
- 7) Green Hotelier: <https://www.greenhotelier.org/our-themes/water/global-hotel-groups-collaborate-for-industry-first-on-water-measurement/>