

Управление репутацией отеля или гостиницы





Туристическая сфера - одна из самых цитируемых в интернете. Это не удивительно, ведь туризм напрямую связан с впечатлением, а люди любят делиться этими самыми впечатлениями. Какие только отзывы не публикуют путешественники, обсуждают туристические агентства, транспортные службы, сервисы бронирования, и конечно же хостелы, отели, гостиничные комплексы. Отправляясь в путешествие, человек хочет быть уверенным, что остановиться на отдых в комфортном месте с наилучшими условиями, именно поэтому перед поездкой он гарантированно просмотрит отзывы об отелях и гостиницах.

Давайте рассмотрим факторы, которые влияют на клиента при выборе отеля.

Наличие достаточного количества информации об отеле.

Для того, то бы у потенциального гостя отеля сформировалось доверие к заведению, ему необходима информация. Полное описание отеля, условий и принципов его функционирования будут способствовать наличию мотивации у гостя для посещения конкретного отеля. Информация, описывающая отель должна привлекать клиенты и создавать лояльность.

Хорошо, когда информация про отель будет разнообразной - от истории создания до описания

обычного для из жизни постояльцев. Хорошей практикой является сбор и размещение отзывов об отеле от клиентов, именно такой контент мотивирует на посещение другими гостями больше всего.

Контент должен не просто описывать факты, но и создавать ощущение комфорта, атмосферы праздника или успокоения.

Наличие фотографий.

По данным статистики наличие фотографий отеля на сайте повышает процент бронирования на 138% в сравнении с отелями, которые таких фото не публикуют.

Важно заметить, что немаловажным фактом является и количество таких фото. Отель, предлагающий на своем сайте более 100 фото получает на 225% больше шансов быть забронированным.

Фотографии обязательно должны быть качественными, яркими, вызывающими положительные эмоции.

Размещайте на сайте отеля фото как внешних фасадов, так и номеров изнутри. Добавьте фото улыбающегося персонала и снимки гостей.

Внимание к отзывам.

Ваш отель заметили и о нем начали писать - отслуживайте и контролируйте каждый такой отзыв.

Сегодня в интернете существует масса сайтов предназначенных специально для размещения отзывов о гостиницах и отелях. Помимо таких сайтов активное обсуждение отдыха происходит на страницах

форумов, блогов и в социальных сетях.

Быстрая реакция на отзыв поможет сохранить репутацию отеля и не упустить потенциальных клиентов.

Собирайте отзывы от гостей.

Наличие в сети достоверных положительных отзывов от гостей заведения только повысит рейтинг заведения. Мотивировать гостей на написание таких отзывов можно предложением дисконта, бонусов, скидок в обмен на комментарий. Некоторые отели, которые делают акцент на управлении репутацией выстраивают целую программу лояльности для стимулирования клиентов на написание отзывов.

Уделяйте внимание работе с репутацией - это обязательно даст результат в виде роста лояльности к бренду и соответственно роста популярности отеля.
