

Ю. В. Митрофанова, А. А. Ступин

(студенты)

Сибирско-американский факультет менеджмента

Байкальской международной бизнес-школы

Иркутского государственного университета

ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ ГОРЫ СОБОЛИНОЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В настоящее время продвижение товаров и услуг в сети Интернет в России становится неотъемлемой частью маркетинга каждой компании. Интернет открыл новые возможности для более эффективного позиционирования, новые аудитории, новые инструменты и новые скорости. И наличие собственного веб-сайта у компании говорит об ее активности, современном подходе и профессионализме. Кроме персонального веб-сайта, к инструментам Интернет-продвижения относятся: медийная реклама, поисковая оптимизация, реклама в социальных медиа, вирусный маркетинг, продакт-плейсмент в онлайн играх и т. д.

Туристические услуги не являются исключением, и сегодня фирмы, занятые в этой отрасли в России, стремятся использовать Интернет-продвижение для охвата большей части целевой аудитории и сохранения конкурентоспособности.

Компания «Гранд Байкал», безусловно, использует сеть Интернет для позиционирования и продвижения оказываемых услуг одного из наиболее привлекательных горнолыжных курортов Сибири, Горы Соболиной. Сегодня многие зимние виды спорта особенно популярны не только среди старшего поколения, но и среди молодежи. Исследования, проведенные на Горе, показали, что более 50 % отдыхающих на курорте составляют молодые люди от 21 до 29 лет. Соответственно, способы продвижения услуг компании должны быть современными и креативными.

Для Горы Соболиной был разработан специальный веб-сайт, на котором потенциальные клиенты могут найти всю интересующую их информацию о ценах, проводимых акциях, узнать отзывы отдохнувших на курорте и так далее. Кроме того, туристы, собирающиеся посетить Гору, могут посмотреть съемки с веб-камер, расположенных на самой Горе, чтобы убедиться в достаточном снежном покрове для катания и благоприятных погодных условиях.

Безусловно, все эти сервисы очень удобны и полезны для пользователей, однако до сих пор далеко не многие потенциальные клиенты знают о его существовании. Так как больше половины клиентов Горы составляют молодые люди, использование социальных медиа для продвижения услуг курорта помогло бы в привлечении и удержании клиен-

тов Горы. Сегодня такие социальные сети как ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Твиттер позволяют бесплатно создавать группы, странички или паблики, которые притягивают большое количество пользователей и позволяют быстро и оперативно информировать их о различных акциях и нововведениях.

На сегодняшний день подавляющее большинство молодых людей зарегистрировано в вышеперечисленных социальных сетях, и создание специализированных групп и страничек Горы Соболиной могло бы стать эффективным инструментом в продвижении курорта. Некоторые компании и частные предприниматели используют данную возможность, создавая яркие и информативные группы и паблики для своих товаров и услуг в социальных сетях и приглашая туда потенциальную аудиторию. Затем распространение получает эффект вирусной рекламы — то есть сами пользователи пересылают, делают перепост информации о той или иной акции, и всего за пару часов о ней могут узнать сотни, и даже тысячи пользователей.

Социальные сети и вирусная реклама активно используются для продвижения главным конкурентом Соболиной, горнолыжным курортом Шерегеш. В свои рекламные кампании Шерегеш вовлекает самих любителей зимних видов спорта, которые делятся информацией о предстоящих событиях на курорте в социальных сетях, будь то конкурсы или акции.

Так же стоит отметить тот факт, что без отличного сайта в современных условиях компаниям будет тяжело привлечь новых клиентов, особенно среди молодежи. Именно поэтому при создании сайта или его обновлении стоит уделить особое внимание его поисковой оптимизации и юзабилити (удобство пользования). С помощью первого инструмента люди, желающие провести время на горнолыжном курорте, найдут сайт быстрее, а с помощью второго они быстро разберутся в навигации сайта и найдут всю необходимую информацию. Здесь Соболиная снова в проигрыше на фоне главного конкурента: на сайте Шерегеша гораздо больше полезной информации и все интуитивно понятно.

Кроме того, очень популярны вирусные ролики в качестве средства распространения информации о товаре или услуге. Такие ролики выкладываются на YouTube или в социальные сети и также распространяются пользователями среди друзей и знакомых. Интересные и креативные короткометражные видео помогают не только привлечь внимание клиентов, но и повысить престиж компании.

Таким образом, использование социальных сетей, обновление сайта и распространение креативных вирусных роликов для продвижения туристических услуг может стать успешным маркетинговым ходом компании «Гранд Байкал».