

Работа с рекламациями может быть значимым фактором повышения качества обслуживания в гостинично-ресторанном бизнесе по нескольким причинам:

1. Обратная связь. Рекламации от клиентов предоставляют ценную обратную связь о качестве обслуживания и услуг. Путем анализа жалоб можно выявить слабые места в работе персонала, процессах обслуживания или качестве продукции и принять меры для их улучшения.

2. Улучшение процессов. Работа с рекламациями позволяет компаниям выявлять корневые причины проблем и ошибок, что способствует оптимизации внутренних процессов и предотвращает повторение ошибок в будущем.

3. Доверие клиентов. Эффективное урегулирование рекламаций и внимательное отношение к потребностям клиентов помогают укрепить доверие к бренду. Клиенты видят, что их мнение важно для компании, и это способствует установлению долгосрочных отношений.

4. Проактивное управление. Систематическая работа с рекламациями позволяет компаниям быть проактивными в предотвращении проблем и улучшении сервиса, а не только реагировать на возникшие проблемы.

Таким образом, работа с рекламациями — это не только исправление ошибок, но и возможность для развития предприятия гостиничной индустрии. Правильный подход к обработке жалоб клиентов может превратить негативный опыт в положительное впечатление и привести к укреплению доверия к гостиничному бренду. Современное и качественное обслуживание сегодня возможно только при условии четкого понимания потребностей и запросов клиента, удовлетворения его ожиданий.

И с т о ч н и к

1. *Салахова, В. Г.* Управление качеством услуг в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс] / В. Г. Салахова // Молодой ученый. — 2019. — № 2 (240). — С. 263–265. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/240/55466/>. — Дата доступа: 30.03.2024.

А. С. Таянко, Р. В. Чаус
Научный руководитель — **Т. М. Сергеева**
БГЭУ (Минск)

ДИДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГ КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Индустрия гостеприимства является одной из самых конкурентных и динамично развивающихся отраслей. С появлением цифровых технологий и интернета диджитал-маркетинг стал одним из ключевых инструментов для привлечения

клиентов, удержания постоянной аудитории и повышения прибыли в сфере гостеприимства.

Методами диджитал-маркетинга в индустрии гостеприимства являются:

- 1) создание и поддержка аккаунтов в популярных социальных сетях (Facebook, Instagram, Twitter) для привлечения аудитории и взаимодействия с клиентами;
- 2) поисковая оптимизация (SEO) для повышения видимости в поисковых системах;
- 3) рассылка персонализированных писем с предложениями, новостями или специальными акциями для удержания клиентов и повышения лояльности;
- 4) реклама в интернете (баннерная реклама, контекстная реклама и другие виды);
- 5) гостевые блоги и сотрудничество с блогерами для продвижения;
- 6) запуск рекламных кампаний на платформах GoogleAds и «Яндекс.Директ», Relax.by, Koko.by, Booking.com, TripAdvisor, OpenTable и др.;
- 7) разработка мобильного приложения, а также отправка push-уведомлений о специальных предложениях.

В Беларуси, как и во многих других странах, развитие диджитал-маркетинга становится неотъемлемой частью работы в сфере гостеприимства. Этот метод позволяет повысить эффективность работы отелей, ресторанов и других предприятий гостеприимства, привлечь больше клиентов и улучшить их общий опыт.

Так, например, Milano Cafe в Минске успешно реализует диджитал-маркетинг для повышения эффективности своей работы следующим образом:

- онлайн-присутствие: создан качественный и информативный сайт с меню, фотографиями интерьера и контактной информацией;
- социальные сети: активно ведутся страницы Milano Cafe в популярных социальных сетях, таких как Instagram и Facebook, с публикацией фотографий блюд, специальных предложений, отзывов клиентов и информации о мероприятиях;
- имейл-маркетинг: рассылка с уникальными предложениями, скидками и акциями для постоянных клиентов Milano Cafe, а также информацией о новых блюдах и мероприятиях;
- реклама в интернете: запущена таргетированная реклама в поисковых системах и социальных сетях;
- отзывы и рейтинги: систематический мониторинг отзывов клиентов об организации в интернете и активное взаимодействие с ними;
- аналитика и отчетность: измеряется ROI и оптимизируются стратегии на основе полученных данных для повышения эффективности маркетинга.

Таким образом, диджитал-маркетинг позволяет более точно «нацелиться» на свою целевую аудиторию. С помощью аналитических инструментов и данных о поведении пользователей компании могут определить, какие группы клиентов наиболее заинтересованы в их услугах и какие каналы коммуникации наиболее эффективны. Это позволяет оптимизировать рекламные кампании и получить более высокий уровень конверсии.