

приваблювати туристів, які орієнтуються на екологічно чисті та відповідальні заклади.

Окрім цього, важливою є взаємодія між готельєрами та дизайнерами, що дозволяє реалізувати концепції, які відповідають вимогам ринку, інтересам гостей та фінансовим можливостям закладу. Співпраця та довіра між усіма учасниками проекту дозволяє досягти високого рівня якості та інноваційних рішень, що виходять за рамки стандартного підходу.

У кінцевому підсумку, дизайн інтер'єру є важливим елементом стратегічного управління в готельному бізнесі, що дозволяє не тільки підвищити комфорт і задоволення гостей, але й забезпечити довготривалий успіх і конкурентоспроможність готелів на сучасному ринку. Професійно розроблений інтер'єр, який поєднує естетичні, функціональні та екологічні вимоги, є важливою складовою стратегії розвитку готельного бізнесу, що відповідає найвищим стандартам якості та інновацій.

Список використаних джерел:

1. Мендела Є. Архітектура як основний фактор формування іміджу готельного підприємства. *International Science Journal of Engineering & Agriculture*. 2022. Vol. 1, No. 3. pp. 183-189.
2. Олійник О. М. Фактори успішності готельноресторанних комплексів. *Молодий вчений*. 2017. № 10. С. 389-392
3. Проектування готелів: навч. посіб. / А. А. Мазаракі, М. І. Пересічний, С. Л. Шаповал та ін. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2022. 340 с.
4. Сьомка С. В. Основи дизайну архітектурного середовища : підручник. Київ: Видавництво «Ліра-К», 2020. 480 с.
5. Сьомка С. В., Антонович Є. А. Дизайн інтер'єру, меблів та обладнання : підручник. Київ: Видавництво «Ліра-К», 2018. 400 с.
6. Цукренко І., Семенюк В., Скриннік В. Роль дизайну у проектуванні та іміджі закладів готельноресторанного господарства. *Universum*. 2023. №1. С. 29–34.

Афанасьєва О. П.

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
маркетингу, управління репутацією
та клієнтським досвідом*

*Державний біотехнологічний університет
м. Харків, Україна*

ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ МЕРЕЖІ ТУРИСТИЧНИХ АГЕНЦІЙ «ПОЇХАЛИ З НАМИ»

Цифровий маркетинг відіграє все більш важливу роль у сучасному туризмі. Зростання популярності Інтернету, соціальних мереж та мобільних пристроїв змінило спосіб, яким люди планують і бронюють поїздки. Цифрові технології надають безліч можливостей для залучення нових клієнтів, підвищення лояльності існуючих та збільшення продажів. Застосування

ефективних методів та інструментів цифрового маркетингу дозволяє туроператорам, готелям, авіакомпаніям та іншим учасникам туристичного ринку підвищувати конкурентоспроможність, за рахунок найбільш повного задоволення потреб сучасних туристів. Складні умови для туристичного бізнесу, склалися в останні роки в Україні, не дозволили великій кількості компаній розвиватися. Проте, ті компанії, що активно використовували інструменти цифрового маркетингу змогли уникнути збитків і продовжили прибутковий бізнес у цій сфері. Однією з таких компаній є мережі туристичних агенції «Поїхали з нами».

Провівши дослідження всіх запитів на замовлення турів в мережі туристичних агенції «Поїхали з нами» (рис. 1), визначено, що саме цифрові джерела займають найбільшу частину – 67%.

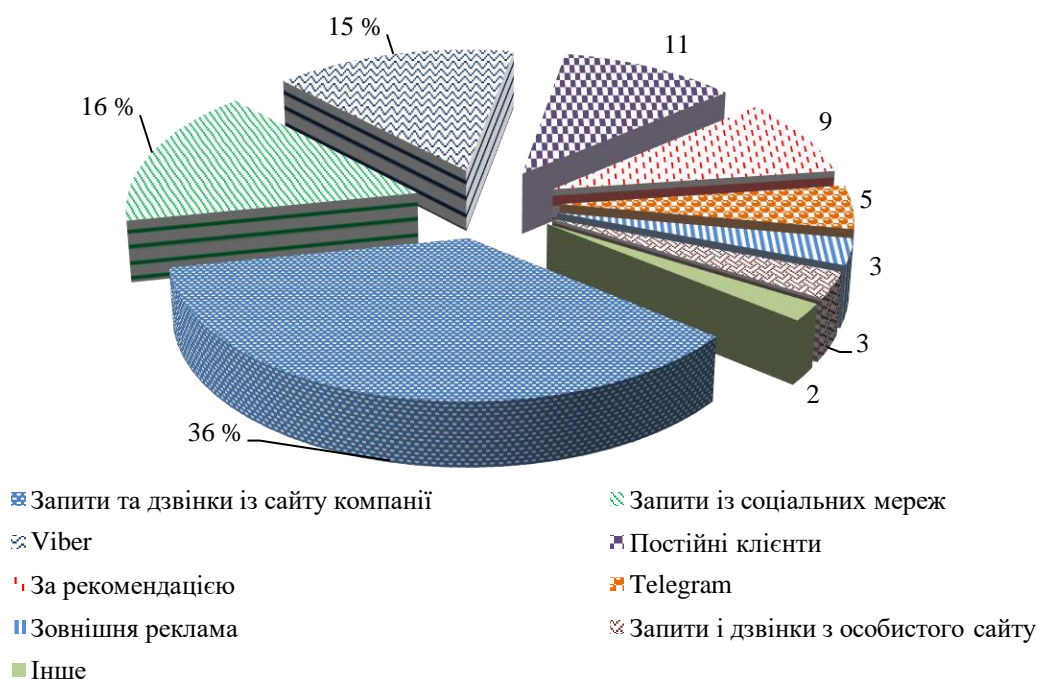


Рис. 1 Джерела запитів на замовлення турів в мережі туристичних агенції «Поїхали з нами» у 2024 році, % замовлень (за матеріалами компанії)

Таким чином, серед інструментів цифрового маркетингу в мережі туристичних агенції «Поїхали з нами» основну увагу приділено залученню потенційних клієнтів на веб-сайт компанії – 36% всіх запитів компанія отримує саме із сайту. Веб-сайт є візитною карткою туристичної компанії. Він досить інформативний зручний для користувачів і адаптований під мобільні пристрої. Для залучення потенційних клієнтів на свій веб-сайт, компанії використовують лідогенерацію, яка передбачає застосування широкого спектра цифрових інструментів, таких як: SEO, контекстна реклама, соціальні мережі, мобільний та контент-маркетинг.

Пошукова оптимізація (SEO), що передбачає визначення та оптимізацію контенту під релевантні ключові слова, які використовують потенційні клієнти при пошуку турів, дозволяє компанії залучати на сайт органічні запити, адже

саме це дозволяє потенційним клієнтам швидко знаходити сайт компанії у пошуку Google. Для цього структура сайту, заголовки, описи, зображення, мета-теги – все це оптимізується під ключові слова запитів.

Також для лідогенерації активно використовується контекстна реклама у Google Ads, а саме створення рекламних оголошень, які відображаються у результатах пошуку Google, коли користувачі вводять відповідні запити під час пошуку турів.

На другому місці за обсягами замовлень турів – соціальні мережі компанії «Поїхали з нами» – 16% всіх запитів. Найбільш активно компанія розвиває профілі в соціальних мережах Instagram (81 тис. підписників), Facebook (75 тис. підписників), де публікуються цікаві матеріали про подорожі, анонси турів, проводять конкурси та розіграші та інші активності, що дозволяють привертати увагу потенційних підписників та стимулювати до купівлі турів. Взагалі, на сторінках в соціальних мережах розроблено контент-план, що включає публікацію дописів про різні туристичні напрямки, поради для мандрівників, огляди готелів тощо, а також значну увагу приділено створенню відеороликів про подорожі, інтерв'ю з туристами, огляди турів. Особливу увагу приділено використанню таргетованої реклами для залучення нових підписників та клієнтів.

На третьому місці за кількістю замовлень турів в мережі туристичних агенції «Поїхали з нами» – групи у месенджерах Viber – 15%, і Telegram – 5%. В групах цих месенджерів розміщують не лише рекламні матеріали про подорожі, а також серії постів з практичними порадами для мандрівників (як зібрати валізу, як обрати готель, як оформити візу тощо), отримують відгуки, проводять опитування та дискусії із різних актуальних питань тощо. Такі групи створюють довіру до компанії, прогрівають аудиторію та дозволяють формувати базу постійних клієнтів.

Отже, цифровий маркетинг став невід'ємною частиною сучасного туристичного бізнесу. Він дозволяє туристичним компаніям ефективно конкурувати на ринку, залучати нових клієнтів і підвищувати свою прибутковість. Активно використовуючи інструменти цифрового маркетингу, туристичні компанії можуть забезпечити собі стабільний розвиток і успіх у майбутньому.