

Продвижение туристических услуг с помощью Интернет-ресурсов

В сегодняшних условиях слабого спроса на туристические услуги, турфирмам приходится искать новые средства продвижения собственных услуг на рынке. В настоящее время Интернет является самой большой и эффективной площадкой для рекламы. Существует огромное множество способов привлечения клиентов в турфирму от обычной баннерной рекламы до создания собственного сайта. Необходимость привлечения новых клиентов в турфирму вынуждает вкладывать деньги в рекламную компанию. У крупных туристических компаний не возникает проблем с привлечением финансовых средств на развитие продвижения туристических услуг. Совсем другая ситуация у небольших турагентств, которым приходится тщательно выбирать максимально эффективные и при этом не дорогие варианты рекламы.

Интернет-рекламой пользуются около 90% турфирм Москвы, Санкт-Петербурга и других городов-миллиоников. В больших городах нашей страны уже давно и достаточно широко используют интернет рекламу. Но как глубоко данный вид рекламы проник в регионы нашей страны? На примере города Муром наглядно можно увидеть, что в малых городах потенциал интернет рекламы используется максимум на 20-25%. Большую часть (около 95%) всех турфирм города составляют турагентства, которые занимаются розничной продажей туров от туроператоров. Из 30 агентств активно продвигает свои услуги в интернете лишь одна турфирма. Данная турфирма использует в целях рекламы не только поисковики и контекстную рекламу на разных сайтах, но и при отсутствии конкурентов задействует социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники». Остальные 29 агентств ограничиваются лишь визитными карточками на нескольких крупных городских сайтах, а так же запросами в поисковиках Яндекс и Google.

Турагентства зачастую не получают большой прибыли от продажи туров, поэтому вынуждены ограничивать расходы на рекламу, что и является основной причиной малой активности в интернете. Но ведь есть социальные сети, в которых затраты на рекламу минимальны, а эффективность достаточно высока. Именно социальные сети могут помочь турагентствам города Муром увеличить свою клиентскую базу. По статистике использование групп или публичных страниц в социальных сетях в среднем увеличивает количество клиентов турфирмы на 18%. В настоящее время сложно представить менеджера плохо владеющего ПК и не ориентирующегося в сети Интернет, поэтому создать страницу своей турфирмы в социальной сети для него не составит труда. Другое дело – привлечение аудитории заинтересованной в приобретении туров. На сайте pro.tonkosti.ru был проведен опрос среди туристов о причинах вступления в сообщества турагентств в социальных сетях. Опрос показал следующие результаты:

- 38% - интересный контент о странах;
- 25% - Горящие предложения;
- 17% - Получение скидки;
- 14% - Не вступают в сообщества турагентств;
- 3% - Участие в розыгрышах;
- 3% - Другое.

Из опроса следует, что в первую очередь нужно уделять внимание качественному, интересному контенту, который в основном и будет привлекать новых клиентов.

По статистике Ростуризма за 2015 год 35% населения РФ путешествовали по стране, а за границу выезжали около 9%, т.е. в среднем около 44% населения готовы к путешествиям. Из этого следует, что при аудитории в тысячу подписчиков 440 человек являются потенциальными клиентами турфирмы.

Туристическим агентствам города Муром стоит присмотреться к основным социальным сетям «ВКонтакте» и «Одноклассники». Аудитория «ВКонтакте» города Муром составляет 53 тысячи человек (около 46% всего населения города), из них 40 тыс. чел. от 18 лет. Аудитория «Одноклассники» города Муром составляет 90 тысяч человек (около 79% всего населения города) из них 75 тыс. чел. от 18 лет. Социальная сеть «ВКонтакте» направлена на молодую аудиторию и имеет огромный потенциал за счет своего внутреннего функционала, из этого следует, что контент

Секция 14. Менеджмент и маркетинг

и предложенные туры должны соответствовать интересам молодежи. «Одноклассники» же придерживаются более зрелой и платежеспособной аудитории, соответственно здесь можно рекламировать более дорогие туры.

Также подобные группы работают и на репутацию турфирмы в целом. В наше время люди перестали верить прямой рекламе, они доверяют только друг другу. Положительные отзывы и рекомендации для туристической фирмы крайне важны, и чем их больше, тем выше степень будущей популярности.

Таким образом, можно сделать вывод, что при отсутствии крупного туристического Интернет-ресурса в городе Муром у туристических агентств просто нет площадки для размещения интернет-рекламы. Конечно, туристический портал для города был бы идеальным вариантом, но создание и поддержка сайта достаточно дорогое удовольствие. Именно поэтому можно и нужно привлекать социальные сети в работе турагентств.

Литература

1. www.pro.tonkosti.ru – Электронный помощник турагента, профессиональные форумы и сервисы для туристических компаний.
2. www.russiatourism.ru – Федеральное агентство по туризму.