

Современные тенденции развития цифровых технологий в гостиничном бизнесе

Т.Н. Алексеенко¹, А.К. Рашкявичуте²

¹Магистр, доцент кафедры туризма и ресторанного дела

²студентка специальности «Ресторанное дело и гостиничный бизнес»

^{1,2}Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза
г. Караганда, Республика Казахстан

Аннотация. В данной статье рассмотрена роль цифровых технологий в гостиничном бизнесе.

Ключевые слова: современные технологии, цифровой ключ, Hotel PMS

На сегодняшний день индустрия гостеприимства является приоритетной отраслью развития в экономике страны. На данный момент к тенденциям развития предприятий индустрии гостеприимства можно отнести следующее: углубление специализации гостиничного и ресторанного бизнеса, образование международных гостиничных и ресторанных цепей развитие сети малых предприятий, внедрение в индустрию гостеприимства новых компьютерных технологий. Углубление специализации гостиничного и ресторанного бизнеса.

Рассмотрим более подробнее внедрение новых технологий в гостиничный бизнес. По мнению экспертов гостиничной отрасли, технологии полностью изменят вовлеченность клиентов в этот сектор. Сегодня все гости используют несколько цифровых платформ и ожидают беспрепятственного взаимодействия с отелями. Следовательно, важно оставаться в курсе последних тенденций гостиничного бизнеса, чтобы воспользоваться преимуществами и превзойти конкурентов. От маленьких до больших отелей, все они активно используют новые технологии, чтобы у гостя остались лучшие впечатления от технологического цикла обслуживания в отеле. Менеджеры отеля должны сосредоточиться на последних тенденциях гостиничного бизнеса, которые, как вы знаете, помогут в развитие отеля.

Лидирующие позиции среди тенденций развития индустрии гостеприимства занимает мобильное приложение. На данный момент у большинства гостиниц есть свои сайты, на которых клиент может посмотреть информацию об отеле и конечно возможность забронировать номер, но использование сайта через телефон не удобно, постоянно увеличивать или уменьшать масштаб страницы может раздражать и разочаровывать клиентов. Следовательно, в цифровую эпоху для отелей важно предложить приложение, оптимизированное для мобильных устройств. Многие отели делают свои веб-сайты с мобильной версией, также они предоставляют мобильное приложение для потенциальных клиентов, чтобы они могли легко бронировать и проверять наличие номеров, читать отзывы, просматривать гостиничные услуги.

Следующая тенденция — это цифровой ключ от номера. Через свои смартфоны гости могут использовать цифровой ключ для ускорения прохождения процедуры регистрации заезда. Карты салфетки были заменены смартфонами и приложениями, чтобы облегчить регистрацию заезда и уменьшить потерю ключа. Ключи карты были заменены смартфонами и специальными приложениями, чтобы облегчить регистрацию заезда и уменьшить потерю ключа. Допустим, что после бесконечного дня, наполненного встречами или путешествиями, гости спешат в свои номера, чтобы принять душ и погрузиться в свежую гостиничную кровать. Но посреди всего этого хаоса найти ключ от номера - головная боль. Поэтому, чтобы избежать этого разочарования, сегодня несколько гостиничных брендов выпускают ключи для смартфонов.

Говоря о тенденциях гостиничной индустрии, важно внедрять новые технологии, во-первых, удовлетворение желаемого качества обслуживания гостей, что поможет отелю стать лидером на рынке гостиничного бизнеса. Отели не могут игнорировать современные потребности клиентов. Это означает, что отели должны предоставлять современные услуги, чтобы оставаться конкурентоспособными в отрасли. В эпоху мобильных технологий отели могут усовершенствовать как свою работу, так и улучшить впечатления клиентов, реализовав несколько простых вещей в своих отелях. Сегодня гость больше не хочет ждать на ресепшн. Поскольку интернет стал неотъемлемой частью жизни, гости отеля теперь ожидают использование цифровых технологий, что является частью последних тенденций в гостиничной индустрии. Самостоятельная регистрация через мобильные гостевые порталы самообслуживания набирает популярность среди основных тенденций гостеприимства. С реализацией таких услуг в гостиницах, могут легко узнать, готов ли номер, даже сделать запросы на удобства, проверить свои счета, обновить свои предпочтения и др. Технологии

управления гостиницами и бронирования. Технология стала крайне необходимой для привлечения и удержания гостей. В эти дни большинство отелей, обслуживаемых апартаментов, В&В, гостевых домов, курортов и даже хостелов движутся к безопасной гавани, которую предоставляет передовая технология, чтобы улучшить впечатления гостей. Отели находятся в процессе изучения инновационных технологических решений, чтобы усовершенствовать обслуживание. Для того, чтобы участвовать в конкурентной борьбе, менеджеры гостиниц, часто внедряют инновации. В будущем - выживет только лучшая технология, та, которая будет проста в использовании и удобна для персонала отеля. Сегодня одна из самых заметных тенденций гостиничной индустрии заключается в том, что отели используют мгновенные сообщения в качестве бизнес - инструмента для повышения качества обслуживания клиентов.

Обмен мгновенными сообщениями изменил то, как потенциальные гости и отели общаются друг с другом. Согласно отчету данных, более 90% людей в США и Великобритании нашли текстовые сообщения отелей полезными. Обмен мгновенными сообщениями добавляет человеческий штрих к онлайн - присутствию, что позволяет потенциальным клиентам строить прочные отношения с отелем. Основное преимущество мгновенного сообщения, что гости могут получить доступ к внутренней связи через свой смартфон. Вот почему это считается одним из самых похвальных тенденций. Можно использовать программное обеспечение "Hotel PMS" для отправки прямых сообщений своим клиентам, например, напоминание или предложение скидок и т.д. Миллиарды людей во всем мире используют социальные сети, и их число растет день ото дня.

Социальные сети не только помогают отелям продвигать отель и услуги, но и дают возможность привлекать разные типы путешественников одновременно. Например, молодежь, корпоративные бизнес - путешественники, влиятельные лица и многое другое. Отели используют социальные сети не только в качестве одной из идей продвижения отелей, но и могут выступать в качестве службы поддержки клиентов. Это означает, что, когда клиенты посещают вашу страницу в Instagram и делятся своими мыслями, они ожидают получить ответ. Взаимодействие поможет построить узнаваемость бренда и лояльность среди клиентов.

Онлайн-клиенты сегодня делятся всем своим опытом путешествий и назначения (с фотографиями, такими как; где они отправились в отпуск, гостиничные номера, места назначения и т. д.) На платформах социальных сетей, например: Instagram и VK. Все эти сообщения в социальных сетях выступают в качестве ссылки для других людей, которые хотят поехать в отпуск, ищут, где им остановиться. Здесь у отелей есть прекрасная возможность войти в разговор, чтобы построить отношения с клиентами. Следовательно, для отельеров важно убедить аудиторию социальных сетей, выделив опыт или истории гостей в интернете, чтобы привлечь клиентов с платформ социальных сетей. Видео маркетинг становится популярным и стремительно растет в последние годы.

Согласно исследованиям, гостиницы смогут привлечь почти 80% гостей с видеововлеченностью. Видео – это мощная платформа, чтобы отметить специалистов отелей и ресторанов, чтобы заранее дать клиентам предварительный просмотр того, какие услуги предоставляете. Таким образом, можно привлечь гостей с видео, на которых показаны блюда, чтобы побудить бронирование ресторанов. В настоящее время трудно поддерживать отношения с гостями без соответствующих знаний технологий. Технология постоянно развивается, и поскольку менеджеры гостиничных технологий идут в ногу с этими тенденциями и требованиями, даже отель и персонал отеля должны соответствовать этим тенденциям гостиничной индустрии. Тем не менее, важно обеспечить правильное обучение сотрудникам, поскольку они являются теми, кто взаимодействует с гостями. Не только сотрудники смогут взаимодействовать с гостями и выполнять их запросы, но и технология также поможет им в предоставлении более персонализированной услуги.

Таким образом, сегодня отельеры продвигаются к технологическим решениям для общения и взаимодействия со своими гостями. Это в конечном счете улучшает предоставление услуги для гостей – что является конечной целью в получении дохода и удовлетворенности гостей. На сегодняшний день 81% интернет-клиентов все еще читают отзывы о TripAdvisor, Google, Booking.com, и другие надежные сайты перед бронированием номера в отеле. С текущими гостиничными тенденциями, чтобы облегчить отельерам управлять своей репутацией, было разработано программное обеспечение для управления репутацией онлайн, чтобы облегчить отельерам управлять своей репутацией.

Цифровой мир сделал бизнес прозрачным. Таким образом, теперь люди могут искать и сравнивать все на основе рейтингов и отзывов, лучших предложений и качественных услуг, предоставляемых различными отелями на рынке. С помощью онлайн-управления репутацией можно

легко отслеживать свою репутацию и работать над усовершенствованием своих услуг, чтобы привлечь больше гостей в отель. Влиятельные путешественники - новое поколение рецензентов, которые часто предоставляют свой реальный опыт проживания в различных отелях, через туристические блоги и пользовательский контент в социальных сетях. Влиятельные путешественники имеют возможность привлекать потенциальных гостей, поскольку они дают личный контакт и, как известно, строят прочные отношения со своими фолловерами. Поэтому, чтобы начать взаимодействовать с целевой аудиторией, то есть с гостями, важно нацелиться на тех, кто имеет возможность влиять на решение гостей. С помощью регулярного взаимодействия - можно создать позитивную узнаваемость бренда и сформировать лояльность к бренду. Общение с влиятельными людьми может предоставить вам информационные данные о ваших потенциальных клиентах: каковы их ожидания.

Список литературы

1 Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года //Режим доступа: <http://www.kit.gov.kz/index.php/ru>

2 Кабушкин Н.И., Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учеб. пособие. - Мн.: ООО "Новое знание", 2012.

3 Сорокина А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие.-М.:Альфа-М:ИНФРА-М, 2012.

Цифровой маркетинг как один из приоритетов эффективной деятельности современного предприятия

М.К. Асанова¹, О.А. Куприй²

¹ к.э.н., доцент кафедры экономики и международного бизнеса,

² магистрант 1-го года обучения по специальности «Экономика»
massanova@mail.ru, kupolya98@gmail.com

^{1,2} Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова, г.Караганда

Аннотация: В статье определена сущность и значение цифрового маркетинга на предприятии. Рассмотрены общие цели предприятий в процессе применения различных маркетинговых стратегий. Представлены основные причины, благодаря которым фирма, использующая преимущества цифрового маркетинга, может успешно функционировать в современных экономических реалиях.

Ключевые слова: маркетинг, цифровизация, бизнес, интернет, трафик, конверсия.

Современные технологии постоянно меняются и взлетают на новую высоту. Предприятия стараются сделать все возможное, чтобы не отставать, а также меняют свои бизнес-модели [1]. Кроме того, они усиливают свои существующие маркетинговые усилия с помощью стратегий цифрового маркетинга, чтобы попытаться захватить растущий и прибыльный онлайн-рынок. Эти процессы реализуются для привлечения целевой аудитории в интернете, которая будет определять, является ли бизнес успешным или неудачным.

Почему технологии важны для современного бизнеса? В быстро меняющейся среде бизнес-операций сегодня технологии делают процессы более быстрыми, эффективными и облегчают документирование для последующего анализа. За последние два десятилетия технологии изменили способ нашего взаимодействия, то, как мы делаем покупки, как мы проводим исследования и как работают предприятия. Сегодня технологии являются основой успеха большинства предприятий. От маркетинга до безопасности большинство бизнес-операций начинаются в цифровом мире.

Поскольку роль информационных технологий столь значительна для предприятий любого масштаба, подготовка к профессиональной деятельности означает подготовку к различным возможностям.

Технология упрощает общение, поддерживает ли вы связь со старым другом или узнаете новости. Для бизнеса – это ключ к эффективной внутренней и внешней коммуникации.

Внутренняя коммуникация означает коммуникацию, проводимую в рамках бизнеса или различных частей бизнеса. Для специалистов это означает что нужно идти в ногу с технологией,