

SOCIAL MEDIA:

ПРАВИЛА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Для человека, планирующего путешествие, социальные сети сегодня являются одним из основных каналов поиска информации, необходимой для принятия решения. Путешественники интересуются направлениями, турами, отелями и курортами, фото и видео, отзывами других туристов. Благодаря развитию этой тенденции вопрос, тратить ли время и силы на презентацию и продвижение в соцсетях, для представителей гостиничного и туристического бизнеса уже давно и однозначно решен положительно. Однако далеко не все понимают, как это делать не для галочки, а по-настоящему эффективно: какие инструменты использовать, как привлекать клиента на свои странички и как оценивать результат, достигнутый по истечении некоторого времени. В материале читайте об основных правилах эффективного PR в social media.



Юлия Трушина,
к. э. н., консультант
по коммуникациям
в социальных
медиа

Практические инструменты

Какие практические инструменты можно использовать для развития своих ресурсов в соцсетях? Во-первых, это информация. Если вы не знаете, о чем рассказывать на своих страницах, спросите об этом своих подписчиков: что им интересно, какой информации не хватает. Если это турагентство, вероятно, его потенциальные клиенты захотят узнать больше о конкретных странах и интересных спецпредложениях.

Самое актуальное и мегапопулярное — это фотографии в соцсетях. При возможности лучше размещать необычные фото. Например, много откликов получило фото кинотеатра в океане. Именно фотографии набирают наибольшее количество голосов «Мне нравится». Увидев что-то любопытное, люди делятся с друзьями, а значит, это шанс, что о вас узнает большое количество участников социальных сетей.

Еще один популярный инструмент — цитаты. Это могут быть известные высказывания о жизни, об отношениях людей, об успехе. Если цитата увязана с красивым фото, высока вероятность, что она получит большое количество просмотров. Посмотрите «ВКонтакте» сообщество «Записки миллионера». Количество их подписчиков составляет около 450 тысяч человек.

Рассказывайте истории, например, из какой-нибудь популярной повести, сказки. Это всегда настраивает на позитив. Публикуйте добрые пожелания, но в использовании этого инструмента не переусердствуйте. Есть много компаний, которые поздравляют посетителей своих страничек в соцсетях сначала с понедельником, затем с пятницей («пора готовиться к выходным»).

Вовлекайте посетителей вашей странички в обсуждение. Важнее не то, сколько людей подписалось на вашу страничку, а то, как

10 способов привлечь аудиторию в сообщества «ВКонтакте» и Facebook

1. Публикуйте интересный контент.
2. Предоставляйте бонусы подписчикам.
3. Размещайте рекламу в других группах.
4. Запускайте таргетированную рекламу в соцсетях.
5. Разместите на сайте отеля (компании) ссылки на ваши сообщества.
6. Внесите ссылки на сообщества в social media в ваши рекламные материалы.
7. Публикуйте ссылки на сообщества в e-mail-рассылках.
8. Публикуйте ссылки на сообщества в персональных письмах клиентам.
9. Проводите на своей страничке простые конкурсы.
10. Договаривайтесь с популярными группами о репосте вашего сообщества.



эффективно вы с ними взаимодействуете. Скажем, в петербургском отеле «Невский Форум» недавно выбирали панно для нового номера. Представили несколько вариантов на своей страничке в Facebook и попросили подписчиков проголосовать за то панно, которое, по их мнению, лучше впишется в интерьер.

Рассказывайте подписчикам о тех мероприятиях, которые вы проводите. Одна из распространенных ошибок, когда результата от социальных сетей ожидают без взаимодействия с офлайн, как бы полностью отделяя виртуальную реальность. Это грубейшая ошибка. В этом смысле хороший пример — петербургская сеть хостелов «Друзья». Скажем, недавно они проводили акцию по сбору макулатуры. Сначала она анонсировалась в соцсетях, позже там же был размещен отчет о ее итогах. Представители хостела отмечают, что после проведения очередной акции или события количество подписчиков странички хостелов «Друзья» в соцсетях неизменно растет.

10 способов привлечь аудиторию

Главный вопрос, которым задаются все, работающие с соцсетями, — как привлечь аудиторию на свою страничку в social media. Я выделила 10 способов, которые считаю наиболее эффективными.

1. Публикуйте уникальный контент. Создавайте базу, на основе которой будет развиваться ваше сообщество. Аудитория не вырастет, если вы воруете материалы у других групп, если они неинтересны или страничка заполнена одними спецпредложениями.

2. Предоставляйте бонусы подписчикам. Это может быть скидка, небольшой подарок — все, что способно мотивировать человека выбрать именно вашу страницу из ряда аналогичных.

3. Размещайте рекламу своей странички в других группах. К примеру, если ваш отель расположен в Финляндии, можно искать свою аудиторию через группу «Финляндия на выходные» «ВКонтакте».

4. Если вы четко представляете свою потенциальную аудиторию, используйте таргетированную рекламу в соцсетях. Такая реклама представляет собой небольшой тексто-графический модуль, который показывается пользователю при посещении внутренних страниц социальной сети. Параметры аудитории, которая должна увидеть вашу рекламу, вы можете задать примерно по 20 пунктам (пол, возраст, семейное положение и т. п.). С одной стороны, вы привлекаете людей, которые с высокой вероятностью станут вашими покупателями. С другой — стоимость каждого нового подписчика в этом случае высока.

5. Разместите ссылки на ваше сообщество на сайте вашего отеля или турфирмы. Зачастую об этом забывают, и сайт развивается в отрыве от жизни компании в социальных сетях. Не забудьте о виджетах, которые позволят посетителю портала присоединиться к вашему сообществу в соцсети. Покажите на сайте, сколько подписчиков у вас уже есть на сегодняшний день.

6. Внесите ссылки на сообщество в рекламные материалы — визитки, буклеты, брошюры, баннеры.

7. Публикуйте ссылки на сообщества в social media в e-mail-рассылках, которые делаете по адресам вашей клиентской базы. Это инструмент, о котором многие забывают.

8. Публикуйте ссылки на сообщества в персональных письмах клиентам. Предложите им подписаться на вашу страничку.

9. Проводите на своей страничке простые конкурсы, не требующие от их участников

много времени и усилий. Людям, проводящим время в соцсетях, нравится получать призы, но они не хотят совершать для этого много действий. Например, один из отелей Radisson Blu в Финляндии проводил розыгрыш бесплатного проживания среди тех, кто поучаствует в коротком опросе и нажмет «Мне нравится» и «Рассказать друзьям». Подобные акции позволяют привлечь огромную аудиторию.

10. Договаривайтесь с популярными раскрученными группами о репосте вашего сообщества. Попросите лояльных подписчиков поделиться информацией о вас с друзьями.

И еще — не забывайте, что людям удобнее бронировать отель непосредственно на страничке в социальной сети. Обязательно предусмотрите такую возможность. Мотивируйте их делать бронирование в social media, предлагая специальные условия.

Способы продвижения

Одним из эффективных способов продвижения отеля или курорта является работа с блогерами, которые пишут о путешествиях и имеют свою постоянную аудиторию. Например, недавно мы реализовывали проект с финскими региональными туристическими организациями: приглашали блогеров в различные регионы Финляндии протестировать услуги отелей и туристических объектов. Условием участия в туре было размещение отчета о поездке и фоторепортажа. Мы сделали ставку на не самых популярных блогеров, предусмотрев, что с ними будет проще договориться о размещении отчета в других сообществах.

Из других способов продвижения в соцсетях нужно отметить геосервисы. Наиболее популярный из них — Foursquare. Он позволяет человеку регистрироваться там, где он находится в настоящий момент. Клиенты отелей и ресторанов в России пока не привыкли регистрироваться, используя геосервисы. Чтобы использовать этот канал продвижения, продумайте специальные предложения для тех, кто чекинится. Например, «Невский Форум» поощряет тех гостей, которые регистрируются впервые, и тех, кто это делает наиболее часто. Нужно отметить, что геосервисы также позволяют оставлять фото и комментарии об услугах отеля или другого заведения, предоставляющего некий сервис.

Не забывайте мониторить комментарии и отзывы ваших гостей на сайте бронирования отелей TripAdvisor и в Twitter. Отвечайте

на них, чтобы показать, что вам важно их мнение, что вы поняли суть проблемы и работаете с теми недостатками, которые отметил гость. А если комментарий позитивный, покажите, что вы благодарны и тем самым поддерживаете лояльность вашего клиента.

Измеряем результат

Самый важный вопрос: как оценивать эффективность работы с social media? Во-первых, измеряйте количество подписчиков (не нужно гнаться за большими цифрами, но важно отслеживать их в динамике), смотрите количество лайков («Мне нравится») и репостов (когда посетитель странички делится с друзьями). Проследите, какие статусы люди чаще всего отмечают. В зависимости от этого корректируйте формат ваших публикаций на странице. Анализируйте количество комментариев и отзывов. Стимулируйте гостей отеля не только заполнять анкеты в номере, но и писать отзывы в социальных сетях.

И наконец, попробуйте оценить, как ваша работа с сетями влияет на активность продаж. Например, какое количество людей из числа ваших подписчиков обращается к вам, интересуясь покупкой услуг. Посчитайте заявки, которые поступают (через страничку «ВКонтакте» или Facebook, на электронную почту, по телефону). Также ведите учет покупок, которые совершаются со странички отеля или компании в социальной сети. Чтобы отследить количество людей, отели могут использовать специальный промокод. Турагентства для этих целей могут выделить телефонную линию и таким образом легко оценить эффективность работы в соцсетях.

По материалам конференции компании TravelExpo «Интернет-маркетинг и электронные продажи в туристском, гостиничном и ресторанном бизнесе»

Параметры измерения эффективности работы с social media

- Количество подписчиков сообщества.
- Количество «Мне нравится».
- Количество репостов.
- Количество комментариев.
- Количество отзывов.
- Количество заявок.
- Количество звонков.
- Количество покупок через social media.