



ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Совершенствование рекламной деятельности гостиничного предприятия

Выполнил: Юлдашев Рустам Хамиджанович
Руководитель: Кравченко Наталья Вячеславовна

Москва. 2020

Актуальность темы исследования



В современных условиях жесткой конкурентной борьбы таких критериев, как цена и качество услуг недостаточно для завоевания весомого положения на рынке



Наиболее сильные конкурентные преимущества получают те гостиницы, которые реализуют комплекс рекламных и маркетинговых мероприятий

Цель и задачи исследования

Исследование эффективности рекламы гостиничного предприятия ПАО «ГК «Космос» и разработка рекомендаций по её совершенствованию



Изучение теоретических аспектов вопроса: понятия рекламная деятельность, методов анализа эффективности рекламной кампании



Анализ текущей деятельности и изучение эффективности рекламной деятельности гостиницы ПАО «ГК «Космос»



Разработка рекомендаций по совершенствованию рекламной деятельности гостиницы ПАО «ГК «Космос»

Объект и предмет исследования



Объект

Гостиничное предприятие ПАО «ГК «Космос»



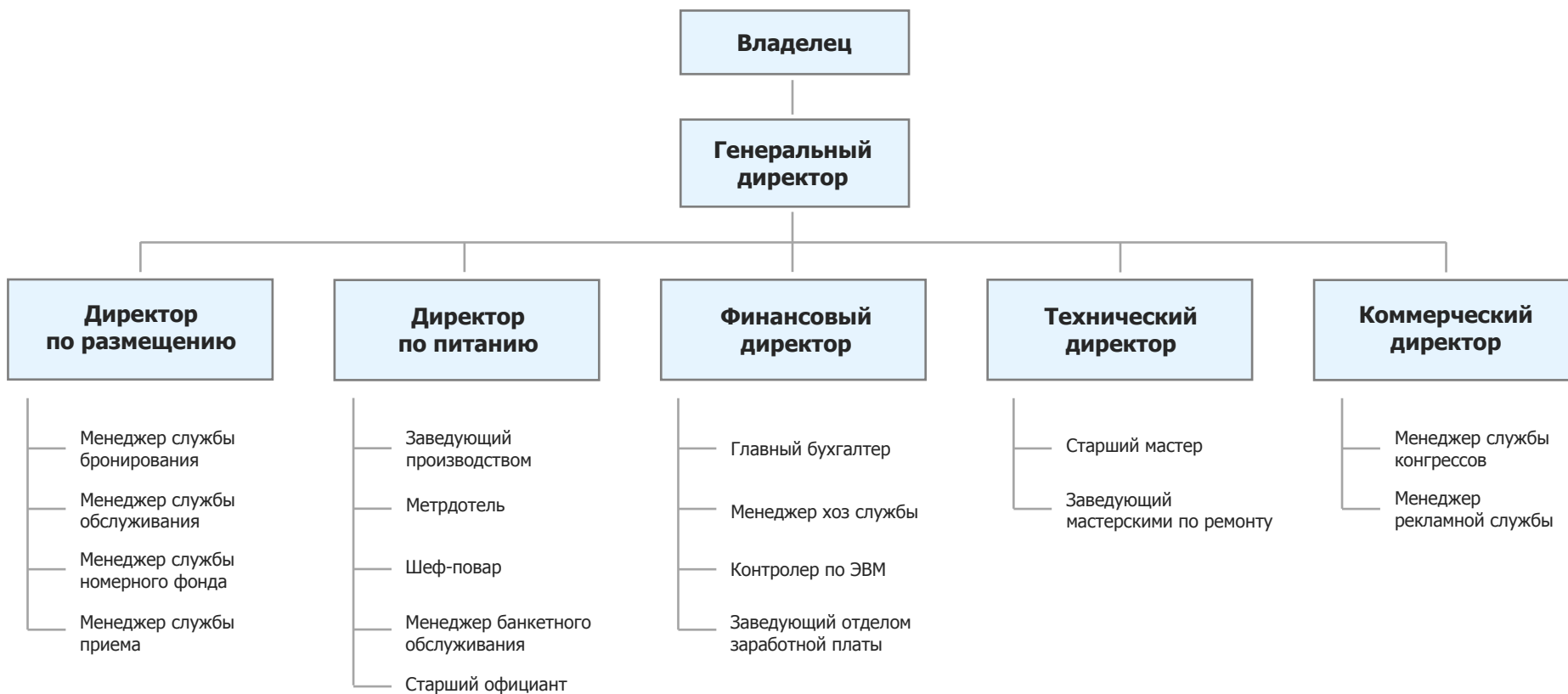
Предмет

Рекламная деятельность гостиничного предприятия

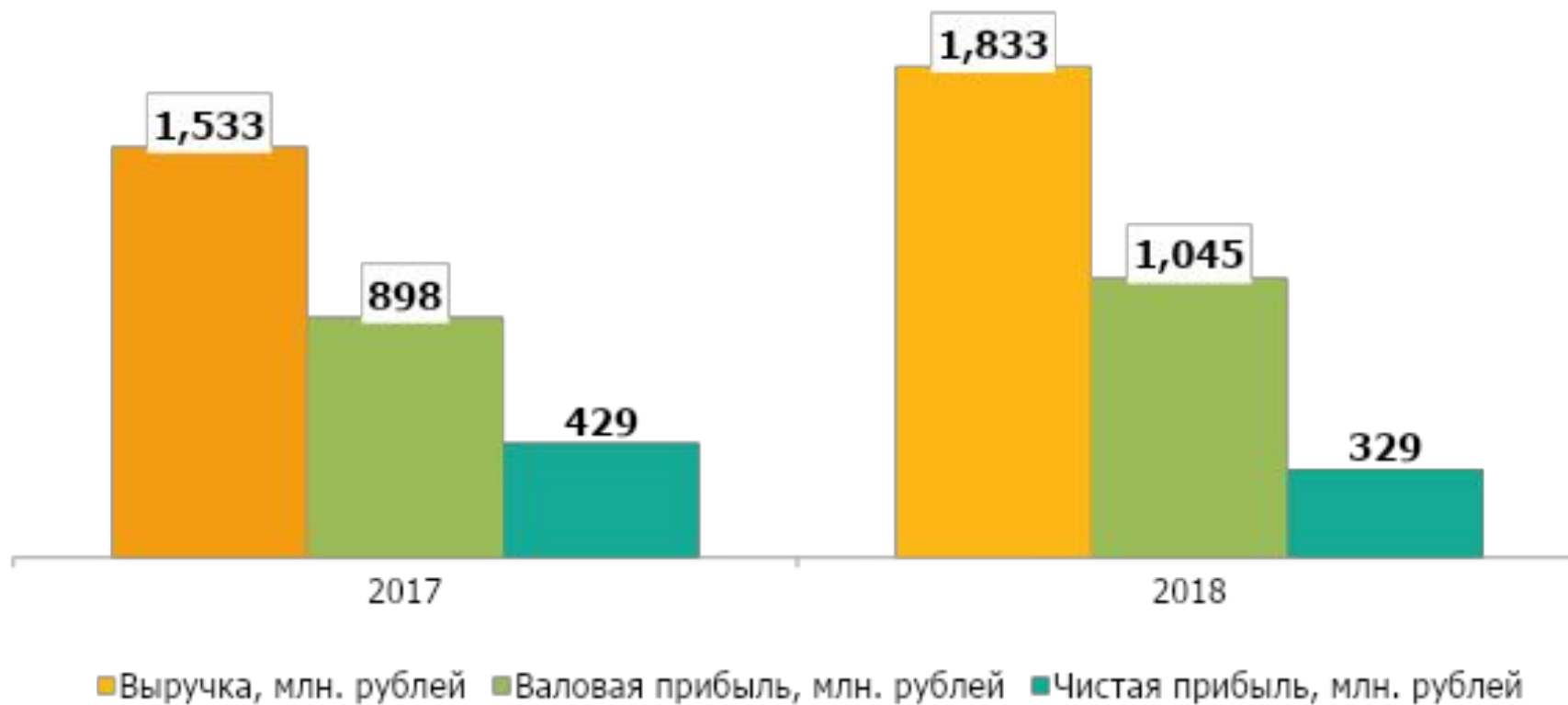
Общая характеристика отеля ПАО «ГК «Космос»»



Организационная структура гостиницы «Космос»



Динамика выручки и прибыли гостиницы ГК «Космос»

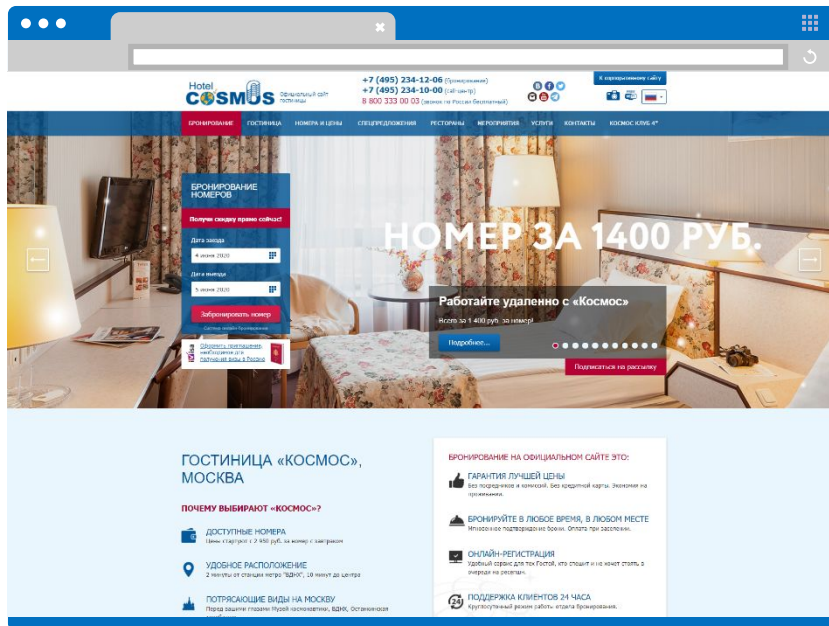


SWOT-анализ ГК «Космос»

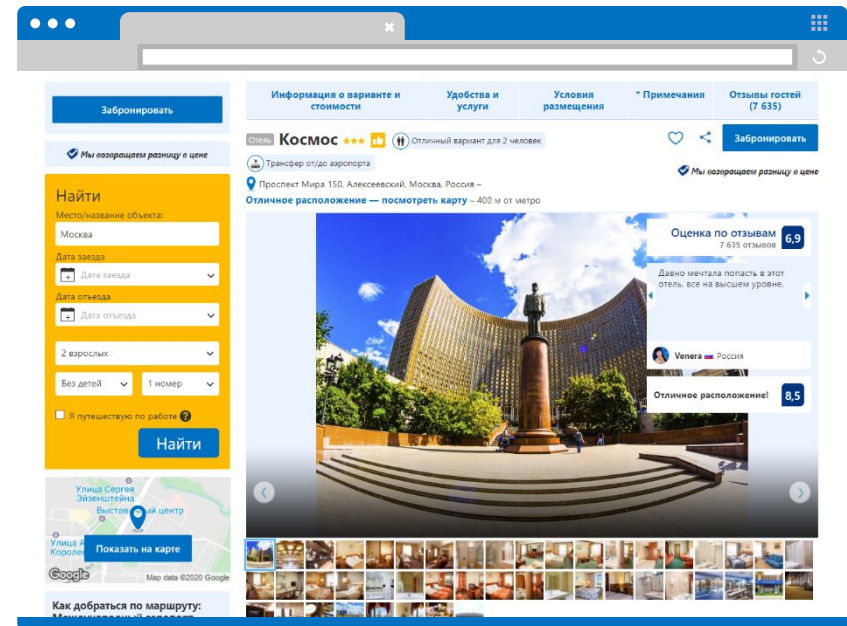
Сильные стороны	Возможности	Угрозы	Слабые стороны
Выгодное расположение гостиницы	Создание маркетингового отдела	Усиление конкурентной борьбы	Отсутствие маркетингового отдела
Близость транспортной развязки	Создание звукоизоляции в номерах	Нестабильность политической и экономической ситуации	Зашумлённость в некоторых номерах
Близость центра города	Убедительная рекламная кампания по всему городу	Возможность конкурентов в непосредственной близости	Отсутствие хорошей рекламной кампании
Наличие собственного паркинга	Увеличение гостей предприятия	Уменьшение потребительской базы	Отсутствие зоны отдыха на улице
Комплекс дополнительных услуг	Расширение предприятия питания	Недовольство сервисом со стороны гостей	Недостаточное количество персонала
Продолжительность работы	Разработка нового, уникального меню	Изменение законов страны	Отсутствие работы с туроператорами
Наличие собственного предприятия питания	Возможность сделать ремонт	Изменение экологической обстановки в регионе	Необходимый косметический ремонт некоторых помещений
Наличие постоянных гостей	Грамотный перевод сайта и меню на английский язык		Незнание персоналом иностранных языков
Наличие опытного персонала	Создание благоустроенной зоны отдыха на улице		Неграмотно составленное английское меню

Анализ рекламной деятельности ГК «Космос»

Официальный сайт гостиницы ГК «Космос»

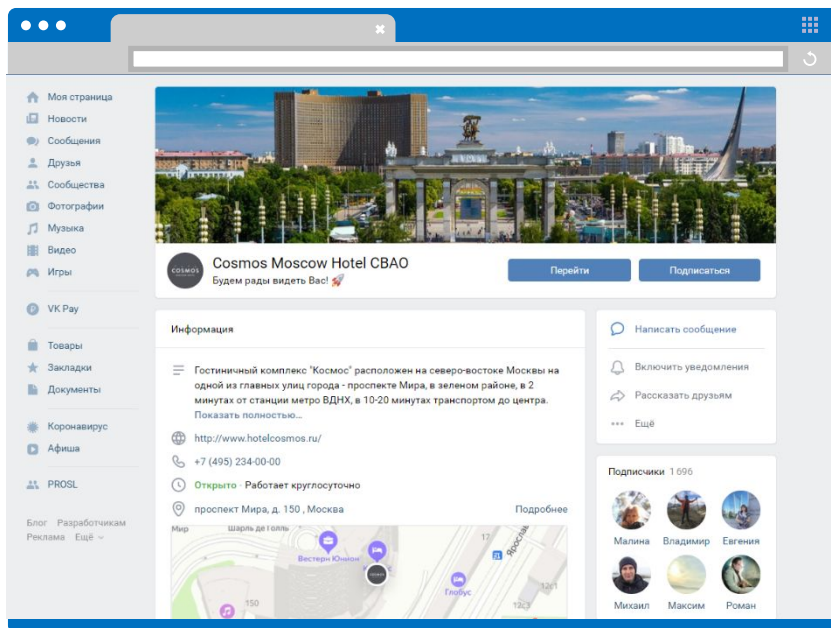


Реклама ГК «Космос» на сайте бронирования Booking.com

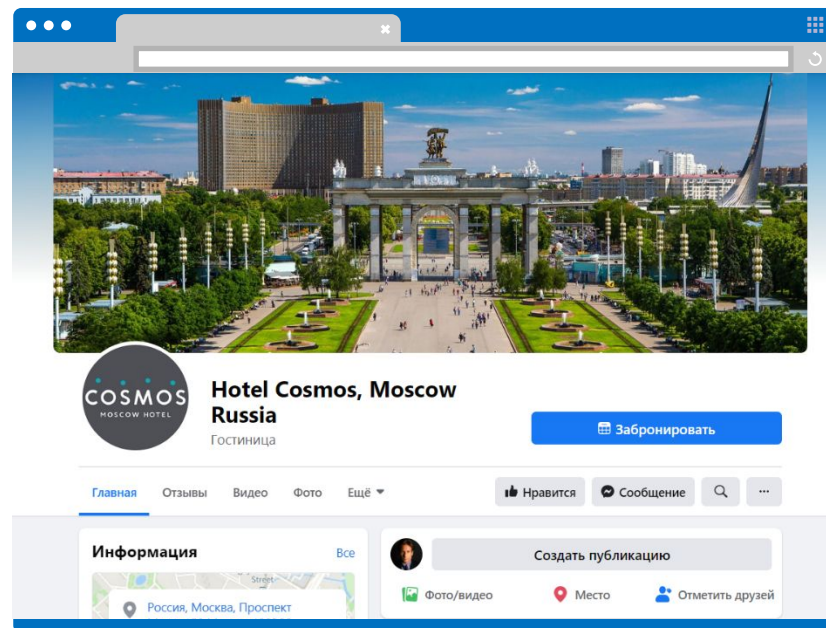


Анализ рекламной деятельности ГК «Космос»

Страница ГК «Космос»
в ВКонтакте - 1696 подписчиков

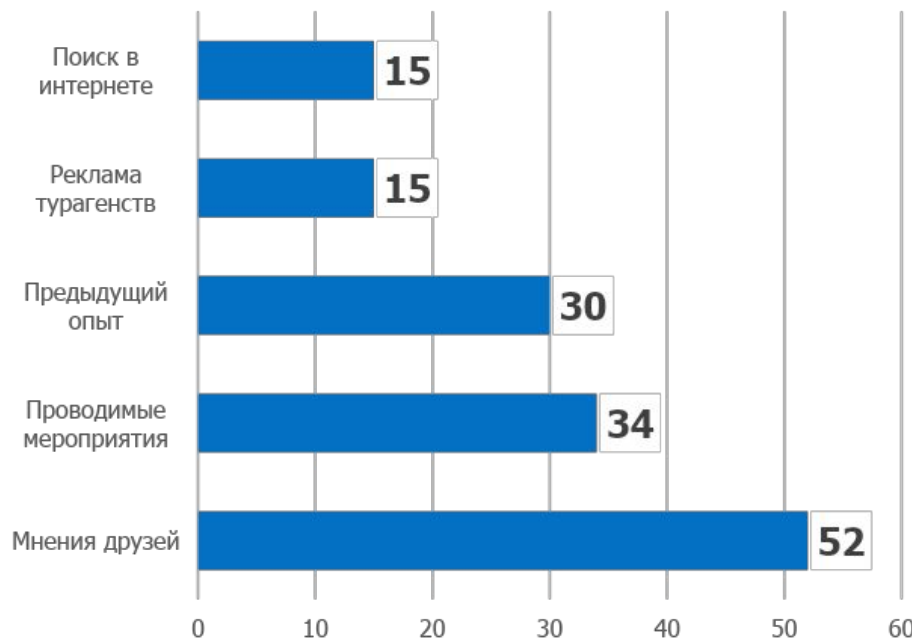


Страница ГК «Космос»
в Facebook - 6330 подписчиков

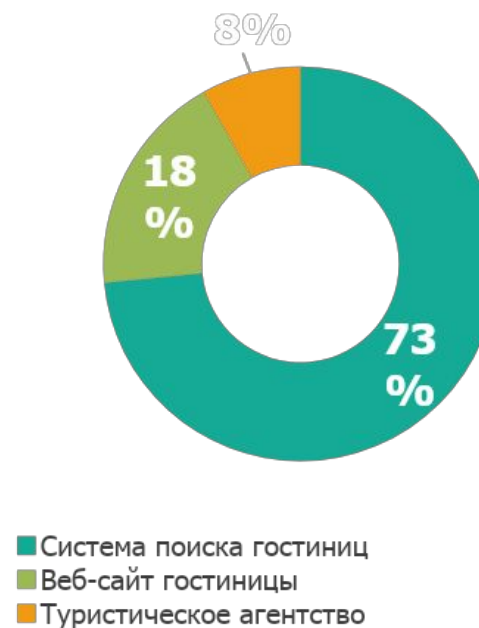


Опрос гостей ГК «Космос»

Источники информации при выборе гостиницы, в %

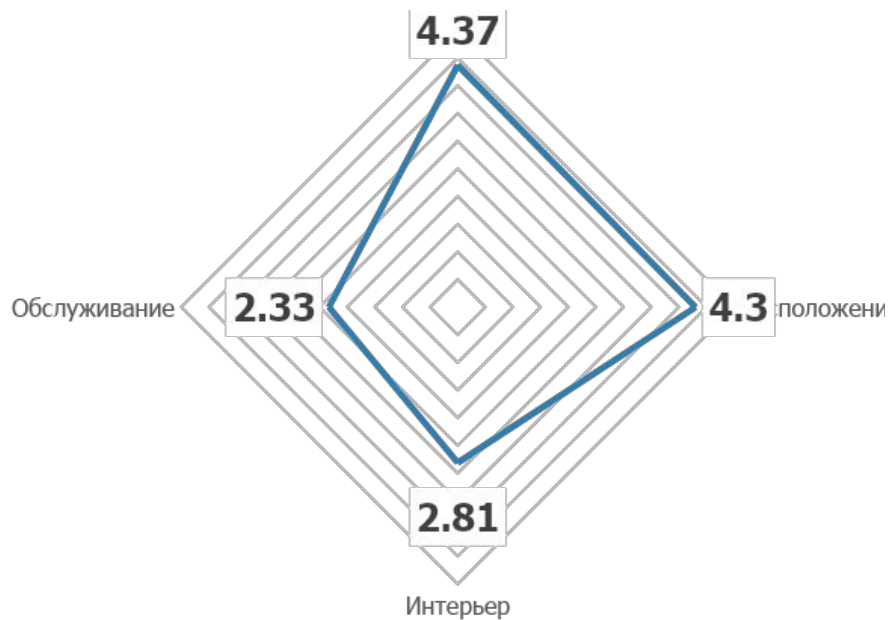


Способ бронирования отеля

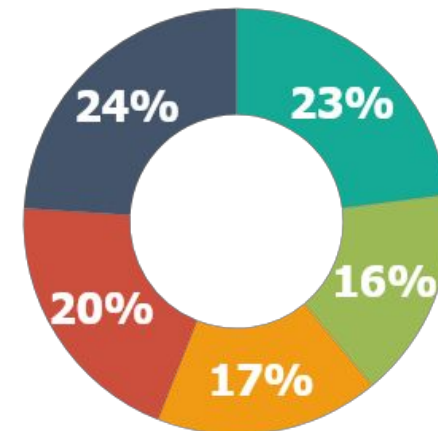


Опрос гостей ПАО «ГК «Космос»

Факторы при выборе гостиницы



Откуда вы узнали об услугах гостиницы «Космос»?



- Сайт бронирования
- Сайт гостиницы
- Турагентство
- Советы знакомых
- Другое

Проблемы в деятельности ПАО «ГК «Космос»



Ряд проблем, связанных с обслуживанием клиентов, недостаточный уровень сервиса




Проблемы, связанные с номерным фондом: значительная часть мебели, предметов интерьера, сантехники относится еще к советскому периоду



Недостаточное внимание к рекламной и маркетинговой деятельности, продвижение в социальных сетях носит формальный характер

Мероприятие 1

Повышение уровня сервиса и качества предоставляемых услуг



Александр_южная
Россия

3,0

Время отзыва: 10 марта 2020

Жуткий отельчик

😊 · Вид с верхних этажей в сторону Останкино и ВДНХ

😞 · Ветошь простых номеров, древняя сантехника, разваливающиеся дверные коробки с замковой частью на входе в номер. Неуютный ресторан "Калинка".
А проживая в Гранд-Люксе, после предоплаты за два месяца, никто даже не потрудился написать-известить о закрытии лонж-зоны на 25-ом этаже. Предложенная взамен территория ресторана 'Терраса' просто 'утопия' понятия ЛОНЖ. От заветренных овощей и пирожных, до официантов копающихся во фруктах для собственного поедания... самая дешёвая страшненькая посуда, что годится для придорожных закусок...!. Оставив посуду и недоеденое пирожное после чая в 11 часов утра 10го марта, я так их на том же столе и обнаружил в районе 20-и часов...!!!!. Просто ЖУТЬ!!.
В номере на 24-ом этаже из ванны такой гул вентиляционной установки, что спать даже с закрытой дверью в санузел некомфортно.

- » Проведение ремонта
- » Более тщательная уборка помещений
- » Добавление разнообразия в меню ресторана при гостинице
- » Предоставление в номере гостевых принадлежностей
- » Устранение очередей на ресепшн

Мероприятие 2

Разработка и внедрение программы лояльности



Система скидок (фиксированная или прогрессивная)



Исключительные условия обслуживания



Разделение категорий клиентов (серебряная, золотая, платиновая карты)



Возможность доступа к ресурсам, которые закрыты для остальных клиентов



Бонусная система (важна клиентская история)



Призы, награды, лотереи, подарки

Мероприятие 3

Совершенствование продвижения в социальных сетях



Оптимальное количество публикаций - **1-2 раза в день в будни**
1 раз в вечернее время в выходные дни



OnlineEvents - различные розыгрыши, конкурсы и флешмобы,
проводимые в социальных сетях ВКонтакте, Instagram и Facebook



Победителям конкурсов отель дарит **скидку на проживание и питание**
или возможность бесплатного посещения фитнес-зала



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ