

«Имидж гостиничного предприятия  
(планирование, формирование,  
продвижение)»

Студентки 303 гс. группы  
Почежерцевой Марии  
Евгеньевны

Научный руководитель  
Перетягина Елена  
Владимировна  
Преподаватель гостиничного  
сервиса

Актуальность темы данного исследования высока, поскольку имидж - целенаправленно формируемый образ, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо с целью популяризации, рекламы, т.е. имидж - это общее впечатление, которое создается у людей о том или ином человеке, фирме или компании. Имидж всегда социально обусловлен, оказывает активное воздействие на общественное мнение, кардинально влияет на результаты деловой активности.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе является создание позитивного имиджа ООО «Соловьиная роща» и ООО «Технодом» .

Предмет исследования – маркетинговые отношения, возникающие в процессе формирования имиджа гостиничного комплекса.

Цель исследования – анализ теоретических и практических вопросов, составляющих сущность формирования имиджа гостиничного предприятия, изучение особенностей по созданию имиджа гостиниц.

В связи с поставленной целью необходимо изучить следующие задачи:

1) Проанализировать теоретические аспекты формирования имиджа гостиничных предприятий.

2) Определить проблемы формирования имиджа на примере гостиничного комплекса ООО «Соловьиная роща».

3) Выявить комплекс создания позитивного имиджа гостиниц на примере гостиничных комплексов ООО «Соловьиная роща» и ООО «Технодом».

Имидж гостиницы - образ всей организации, складывающийся у клиентов, партнеров, общественности. Его основу составляют целенаправленно создаваемый и поддерживаемый стиль деловых и межличностных отношений персонала и официальная атрибутика. Через имидж до широкой публики доводится мысль, что коммерческая деятельность организации имеет своей целью качественное удовлетворение потребностей людей.

Корпоративный имидж – это образ организации, который нужно транслировать потенциальным клиентам (то, какое впечатление вы хотите произвести). Эффективный корпоративный имидж может строиться только на основе целостной микрокультуры, существующей компании

Какой бы ни была гостиница, главное в ней – люди. Внешний вид и поведение персонала создает для гостя первое впечатление о гостинице и вызывает либо доверие к ней, чувство надежности и стабильности предприятия, либо недоверие, а порой и неприязнь.



Частью корпоративного имиджа является униформа. Функцией униформы является способность - дисциплинировать и настраивать сотрудников на рабочий лад.



# ООО «Соловьиная роща»

В составе комплекса гостиницы: 13 комфортабельных номеров (однокомнатные, двухкомнатные, студия, люкс и номер для молодоженов), ресторан с банкетным залом, баром и детской зоной, что хорошо подходит для семейного отдыха. Сауна с бассейном, конференц-зал вместимостью до 20 человек с комнатой переговоров.



Следует отметить, что гостиничный комплекс ООО «Соловьиная Роща» выполнен в русско-язычном стиле. В этом комплексе соблюдены все русские традиции, начиная от персонала, который одет в национальный костюм до номеров, оформленных в традиционном стиле.



Как и любая гостиница, «Соловьиная роща» работает со всеми специальными изданиями, которые связаны с въездным туризмом. Представителей прессы также приглашают в гостиницу. Все отношения строятся на личных связях. Редко, когда речь идет о размещении рекламы, то есть о платных услугах. Залог успеха – доброжелательные отношения с СМИ (средства массовой информации) и как результат – благоприятные отзывы в прессе.

**Выбирай**



В данном гостиничном комплексе часто проводятся русские свадьбы, обряды, приметы и обычаи на Рождество, Святки которые, позже, освещаются в прессе.



# «Парк-отель Прага»

Открытый для гостей в январе 2013 года, расположен в зелёной зоне города Тюмени.

Для полноценного респектабельного отдыха в «Парк-отеле Прага» предусмотрено всё необходимое:- удобные просторные номера.



Также для гостей работает кафе «Карлов мост» с блюдами европейской кухни;- сауны с большими гидромассажными купальнями;- круглосуточная служба ROOM SERVICE;- круглосуточная служба консьержей;- бесплатный Wi-Fi на всей территории отеля.



## Сравнительная характеристика

Наименование гостиницы	ООО «Соловьиная роща»	ООО «Технодом»
Стиль (имидж)	Гостиница выполнена в русско-народном стиле	Гостиница выполнена с соблюдением традиций г. Прага
Звездность	3*	3*
Стоимость номера	От 2500 р.	От 3600 р.
Кухня	Русская, старорусская, европейская	Европейская
Логотип гостиницы		
Привлечение гостей	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Предоставление 1 сут. бесплатного проживания ( для молодоженов)</li> <li>- Каравай бесплатно</li> </ul>	<p>Спецпредложения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Для молодоженов</li> <li>- «Верхний бор» в подарок</li> <li>- Романтические выходные</li> <li>- Выходные в «Праге»</li> </ul>
Трансфер	+	+

## Рекомендации по повышению эффективности формирования имиджа гостиничных предприятий «Соловьиная роща» и ООО «Технодом»:

- 1)проводить мероприятия по управлению мотивацией сотрудников (проводить конкурс «Лучший сотрудник месяца», «Лучший сотрудник года»; внедрить систему материальных и моральных поощрений);
- 2)наладить каналы распространения внутрифирменной информации;
- 3)осуществлять обратную связь между руководством и сотрудниками компании;
- 4)выбрать средства оперативного распространения внутрифирменной информации;

**Спасибо за внимание!**