

**Кирилова О.В.  
Бобрицька Н.Д.**

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

## **DIGITAL-MARKETING В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Широке використання цифрових технологій стає одним з найактуальніших завдань в галузі туризму. Створення потужних комп'ютерних систем бронювання засобів і транспорту, екскурсійного та культурно-оздоровчого обслуговування, інформація про наявність і доступність тих чи інших турів, маршрутів, туристичного потенціалу країн і регіонів - весь комплекс цих питань стає актуальним для організації поточної і майбутньої діяльності туристичних підприємств. Тому все частіше туристичні підприємства звертаються до прийомів Digital-маркетингу.

Digital-маркетинг - це використання всіляких форм просування з використанням цифрових каналів. На даний момент сюди входять: просування в блогах і соціальних мережах, створення спеціальних Інтернет-сайтів, вірусна реклама, контекстна реклама, телебачення. Digital-маркетинг тісно пов'язаний з Інтернет-маркетингом, в якому вже розроблені технології для досягнення цільової аудиторії навіть в оффлайн середовищі.

Зараз digital - це еволюція Інтернет-маркетингу разом з мобільним маркетингом. По суті це великий комплекс, що використовує різні види маркетингу для просування бренду і продукту на основі цифрових технологій. Поступово digital-маркетинг проникає і в традиційну рекламу, основним завданням якої є залучення уваги аудиторії і затягуванні її у віртуальне середовище. Сфера digital постійно розвивається і з'являються нові види взаємодії з аудиторією. Саме взаємодія з аудиторією є ключовим моментом в даному напрямку. Тепер споживачі формують продукт таким, яким вони хочуть його бачити, тепер у них з'являється можливість напряму контактувати з підприємствами, висловлювати свою думку і бути почутими. У свою чергу підприємства навіть з невеликими бюджетами можуть донести інформацію про свої продукти до потенційних споживачів, але не варто забувати і про те, що один негативний відгук може критично вплинути на продажі. Через швидку зміну сучасного світу підприємства повинні бути готові оперативно реагувати на зміни. Саме тому зараз digital- маркетинг так швидко розвивається в усіх своїх проявах. Особливо це помітно на прикладі туристичного ринку.

В галузі туризму digital-маркетинг (цифровий маркетинг) вирішує наступні завдання: підтримка іміджу підприємства; підтримка при виведенні нової послуги або туристичного продукту на ринок; підвищення впізнаваності; стимулювання продажів. До переваг digital-маркетингу відносять: інтерактивність - активне залучення споживача у взаємодію з туристичним підприємством; відсутність територіальних обмежень при реалізації маркетингових ідей; легка доступність до ресурсу ( web- і wap-ресурси); глибоке проникнення Інтернету та мобільного зв'язку забезпечує активну залученість цільової аудиторії; можливість оперативної оцінки туристичного підприємства та управління подіями в режимі реального часу. Транспортні та інші підприємства, пов'язані з туристичним бізнесом, одними з перших почали використовувати для залучення клієнтів цифрові методи і незабаром переконалися в ефективності цих маркетингових інструментів (рис. 1).

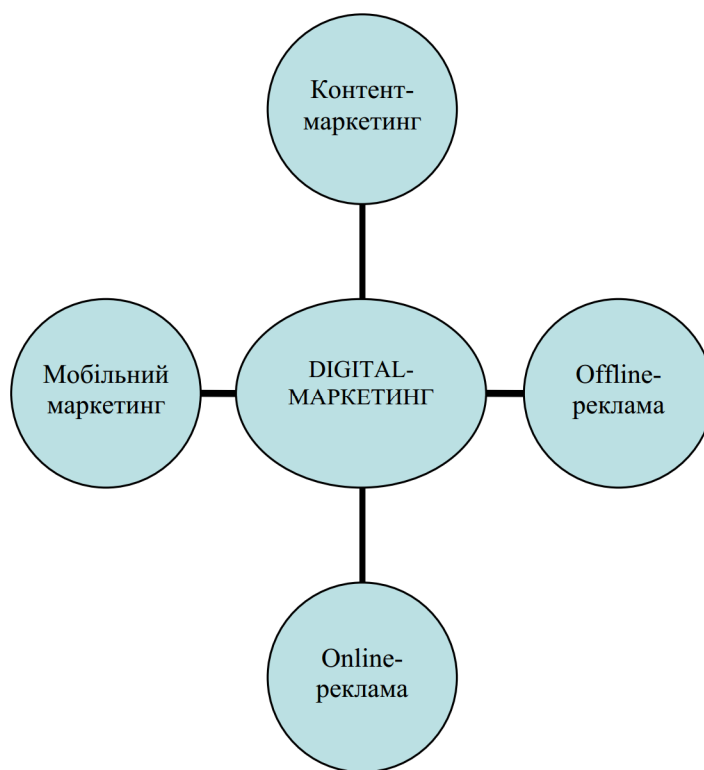


Рис. 1. Основні інструменти digital-маркетингу для туристичного підприємства

Контент-маркетинг. Це сукупність маркетингових прийомів, заснованих на створенні та/або розповсюдженні корисної для споживача інформації з метою завоювання довіри і залучення потенційних клієнтів, підготовку та розповсюдження високоякісної, актуальної і цінної інформації, яка не є рекламою, але побічно переконує аудиторію прийняти необхідне розповсюджувачу рішення про вибір туристичного продукту або послуги.

Offline-реклама. Включає в себе такі канали як телебачення, радіо і навіть зовнішня реклама. Відправною точкою можуть бути і оффлайн-канали.

Види online-реклами: пошукова оптимізація (SEO); контекстна реклама; медійна реклама; SMO; SMM; вірусний маркетинг; розсилка.

Мобільний маркетинг. Він включає в себе SMS розсилки, приймання SMS на вхідні номери, мобільні додатки, мобільні сайти. У багатьох веб-сайтів є мобільна версія за принципом адаптивного веб-дизайну від Google.

Отже, щоб успішно вести туристичний бізнес і отримувати конкурентні переваги, власники туристичних підприємств шукають передові методи залучення клієнтів і адаптують свої пропозиції до цільової аудиторії. Digital-маркетинг дозволяє туристичним підприємствам долучитися до нових технологій, відкриває нові форми роботи з клієнтами, забезпечує можливість постійної взаємодії зі своїми діловими партнерами, а також доступ до різноманітних інформаційних джерел. Розробка шляхів вдосконалення використання цифрових-технологій в галузі туризму становить безперечний інтерес не тільки для окремих туристичних підприємств, але може в цілому вплинути на розвиток туристичної галузі в Україні.