

Разработка рекламной компании предприятия индустрии гостеприимства на примере гостиницы «Прага» ООО «Эдис»



Актуальность выбранной темы,
обоснована интенсивным развитием
сферы гостеприимства. И для того
чтобы оставаться

конкурентоспособным, гостиничному
предприятию необходимо развивать
рекламную компанию.

Объектом исследования является
гостиница «Прага».

Предметом исследования является
рекламная компания.

Цель исследования является разработка
рекламной компании для гостиничного
предприятия.

Номерной фонд гостиницы «Прага»

Категория номеров	Кол-во номеров	Стоимость в сутки	Стоимость в пол/сут ок
«Эконом»	7	1600	1400
«Комфорт»	10	1800	1600
«Комфорт+»	4	2000	1800
«Улучшенный комфорт»	8	2500	2300
«Престиж»	1	3000	2700
«Улучшенный престиж»	4	4000	3500
«Полулюкс»	2	4500	4000
«Люкс»	1	5000	4500

Гостиница Прага расположена в 30 минутах езды от центра Улан-Удэ. Расстояние до Центрального железнодорожного вокзала Улан-Удэ составляет 10 км, а до международного аэропорта Байкал - 18 км. В гостинице 33 номера категорий "стандарт", «полулюкс» и «люкс».



Инструменты продвижения гостиничных услуг

Продвижение в интернете.

Семьи с детьми.

Скидки и акции.



Деятельность по продвижению гостиничных услуг в гостинице.

Можно выделить несколько важнейших функций продвижения:

- создание образа товара или услуги,
- доведение до потребителя информации о товаре или услуге, убеждение потребителя в необходимости покупки,
- сохранение популярности товаров,
- ответы на вопросы потребителей о свойствах товаров или услуг.

Предложения по улучшению
разработать мероприятия по обучению
персонала;
дать рекомендации по внедрению услуг,
которые позволят повысить
удовлетворенность клиентов.



Спасибо за внимание!!!