



Ubytovacie zariadenie na sociálnych siet'ach

**NÁVODY AKO ÚSPEŠNE PRISPIEVAŤ
NA SOCIÁLNE SIETE V ROKU 2023**

OBSAH

Úvod.....	3
Marketing všeobecne.....	3
Tvorba obsahu.....	4
Facebook, Instagram alebo Tik-Tok?.....	6
Vzájomné prepojenie sociálnych sietí.....	7
Ako tvoriť kvalitný obsah na sociálne siete ?.....	7
Programy na tvorbu obsahu.....	10
Ako fotografovať ubytovacie zariadenie.....	11
Ako často zdieľať príspevky na sociálne siete ?.....	14
Oplatí sa investovať do webovej stránky pri malom ubytovaní?.....	15
Ako zabezpečiť, aby si klienti opäť rezervovali moje ubytovanie?....	16
Ako zvýšiť tržby za prenájom ubytovania.....	17
Ako vzdelávať zamestnancov marketingu v hoteli.....	18
Kontrola výsledkov.....	19
Sme tu pre Vás.....	20

Úvod

V roku 2023 zohrávajú kľúčovú rolu v digitálnom marketingu sociálne siete a tvorba kvalitného obsahu. Vďaka marketingu dokážeme nadviazať nové vzťahy so zákazníkmi a posilniť tie, ktoré už máme. Táto kniha je dôležitou súčasťou úspešného podnikania. Poskytuje podrobné návody ako prispievať na sociálne siete a vytážiť z nich maximum. Kniha prináša informácie aj o marketingu všeobecne - ako definovať cieľ, publikum, vytvoriť stratégiu a kontrolovať výsledky. Ak budete postupovať podľa týchto krokov, váš marketingový plán pre ubytovacie zariadenie bude mať väčšiu šancu na úspech.

Marketing všeobecne

Cieľ

V prvom rade by ste mali definovať váš cieľ. Je dôležité mať jasnú predstavu o tom, čo chcete dosiahnuť s vašou ubytovacou jednotkou. Či už chcete predávať izby na rekreačné účely alebo sa sústrediť na služby pre podnikateľov, je dôležité mať jasnú predstavu o tom, čo chcete dosiahnuť.

Publikum

Po definovaní cieľa musíte zistiť, kto je vaša cieľová skupina, aby ste mohli cieľiť na správnych ľuďoch a dosiahnuť najlepšie výsledky.

Uvažujte o tom, kto je váš ideálny zákazník a ako identifikovať jeho demografické údaje, záujmy a zvyky.

Stratégia

Potom by ste mali vytvoriť stratégiu marketingového plánu pre vaše ubytovanie. Stratégia by mala obsahovať podrobnosti ako napríklad reklamy, sociálne médiá, obsahový marketing, e-mailový marketing a spolupráce s miestnymi podnikmi.

Tvorba obsahu

Jednou z najdôležitejších súčastí marketingového plánu je tvorba kvalitného obsahu.

1. Vytvorte si efektívnu online prezentáciu. Vytvorte pre svoju chatu webovú stránku, ktorá predstaví jej vlastnosti a vybavenie, ako aj jej polohu. Vytvorte si účty sociálnych médií, ako sú Facebook, Youtube, Instagram a Tik-Tok. Pomocou týchto kanálov môžete uverejňovať aktualizácie o svojej chate, zdieľať fotografie a propagovať špeciálne ponuky.

2. Oslovte miestne médiá. Spojte sa s novinami, rozhlasovými stanicami a televíznymi sieťami, aby sa vaše ubytovanie objavilo v ich publikáciách a programoch. Môže to byť skvelý spôsob, ako vytvoriť bezplatnú reklamu pre váš objekt.

3. Pestujte si vzťahy s cestovnými kanceláriami. Mnoho cestovateľov uprednostňuje rezerváciu dovolení prostredníctvom cestovných

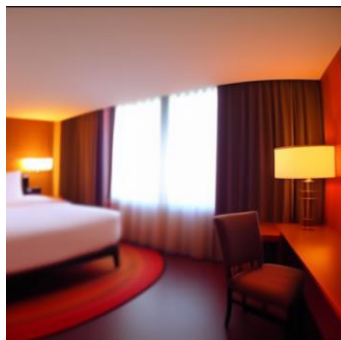
kancelárií. Oslovte maklérov vo svojom okolí a dajte im vedieť o vašej chate a jej vybavení.

4. Inzerujte. Ak chcete osloviť širšie publikum, zvážte zobrazovanie reklám v novinách a časopisoch. Na zacielenie na potenciálnych zákazníkov môžete použiť aj online reklamné platformy, ako sú Google Ads a Facebook Ads.

5. Ponúkajte špeciálne zľavy. Ak chcete prilákať viac rezervácií, zvážte ponúkanie špeciálnych zliav zákazníkom, ktorí si rezervujú priamo cez vašu webovú stránku alebo odporúčia priateľov.

6. Oslovte blogerov. Spojte sa s blogermi v cestovnom ruchu a požiadajte ich, aby napísali o vašej chate.

7. Využite zákaznícke recenzie a referencie na budovanie dôvery a dôveryhodnosti u potenciálnych zákazníkov. Berte na vedomie dôležitosť poskytovania pozitívnej zákazníckej spätnej väzby a o tom, ako to môže viesť k opakovaným obchodom.



Facebook, Instagram alebo Tik-Tok?

Pri propagácii ubytovacieho zariadenia odporúčame všetky sociálne siete, v závislosti od vašej cieľovej skupiny.

Facebook môže byť vhodný pre ubytovacie zariadenia, ktoré sa zameriavajú na cestovateľov v strednom a staršom veku, pretože táto skupina je často aktívna na Facebooku.

Instagram je obľúbeným miestom pre propagáciu cestovania a dovolenkových miest, pretože sa zameriava na vizuálne zdieľanie fotografií a videí.

TikTok je novšou platformou a zameriava sa na kratšie videá, čo môže byť vhodné pre propagáciu ubytovacích zariadení, ktoré sú zamerané na mladšiu generáciu.

Cieľom každej sociálnej siete je udržať si čo najviac používateľov, ktorí sú neskôr zdrojom zárobkov z reklamy. V istom momente nastáva problém, aby noví tvorcovia tak rýchlo rástli, ako predtým. Napríklad na Facebooku je to pre mnohých takmer nemožné nájsť sledovateľov bez platenej reklamy. Instagram sa k tomuto štádiu blíži. Tiktok je momentálne stále vo fáze rastu. Takže čím skôr sa tam pridáte, tým skôr môžete uspieť.

Tiktok je najlepší na krátke videá. Na Twitteri treba vedieť poskladať vetu a myšlienku. Na Instagrame je zase potrebný cit pre fotky a videá Reels.

Vzájomné prepojenie sociálnych sietí

Prepojenie je dôležité aby každý z vašich sledovateľov videl, že vás môže sledovať aj na iných sociálnych sieťach. Napr. pripnite do profilu príspevok, odkaz v bio, uložený príbeh, čokoľvek čo je na očiach .

Ako tvoriť kvalitný obsah na sociálne siete ?

Najlepší spôsob ako rásť na sociálnych sieťach v roku 2023 je tvorba videí – **Reels**.

Ak chcete ušetriť čas, rozdeľte si tvorbu obsahu na etapy. Namiesto tvorenia príspevku každý deň je výhodnejšie si vytvoriť plán na 7 dní dopredu.

Prvý deň si vypíšte, čo chcete nafilmovať či nafotiť. Dajte dokopy všetky témy a nápady.

Na druhý deň natáčajte videá a fotografujte podklady do príspevkov.

Tretí deň sa venujte strihaniu videí a úprave fotografií.

Kvalitný obsah pre sociálne siete pre ubytovacie zariadenia by mal byť relevantný pre vaše cieľové publikum a poskytovať im hodnotu.

Stránka answerthepublic.com : Pomáha vám nájsť nápady na obsah. (1. nájdite, 2. napíšte slovo, ktoré vás zaujíma, 3. prejdite na otázky a inšpirujte sa.

Vždy sa snažte šokovať ľudí hneď na začiatku a upútajte ich pozornosť počas prvých sekúnd.

Vyzývajte publikum k nejakej akcii – najlepšie aby mali dôvod komentovať. Používajte vírálnu hudbu, ktorá je aktuálnym trendom na danej platforme.

Pripomínajte ale základné pravidlo: kvalita nad kvantitou.

Najdôležitejší čas vo vašom príspevku sú jeho prvé minúty. Algoritmus testuje, koľko % ľudí naň klikne, či sa ľudia pozerajú do komentárov alebo nie. Úlohu zohrávajú zdieľania, lajky, čas pozerania, upútanie pozornosti a iné faktory.

Používajte **hashtagy**. Slúžia ako pomoc algoritmu na rozpoznanie toho, o čom je vaše video. Pomáhajú osloviť viac ľudí. Preto používajte hlavne hashtagy, ktoré sú relatívne k vášmu obsahu. Pri ich používaní sa držte počtu 4-5 hashtagov na 1 video.

Na story spravte aj anketu, vďaka ktorej sa príspevok dostane k väčšiemu publiku.

Tu je niekoľko typov obsahu, ktoré môžete vytvoriť:

Vizuálny obsah: Zdieľajte fotografie ale hlavne **videá** vášho zariadenia, izieb a vybavenia, aby ste potenciálnym zákazníkom poskytli predstavu o tom, čo môžu očakávať.

Obsah zo zákulisia: Ukážte osobnú stránku svojej firmy zdieľaním obsahu zo zákulisia, ako sú fotografie zamestnancov a udalosti.

Zákaznícke recenzie a referencie: Zdieľajte zákaznícke recenzie a referencie, aby ste si vybudovali dôveru a dôveryhodnosť.

Miestne atrakcie a podujatia: Zvýraznite miestne atrakcie a podujatia, ktoré si vaši zákazníci môžu vychutnať počas svojho pobytu.

Špeciálne ponuky a propagačné akcie: Zdieľajte informácie o špeciálnych ponukách a propagačných akciách, ktoré prevádzkujete.

Novinky a trendy v odvetví: Podel'te sa o relevantné novinky a trendy v odvetví pohostinstva, aby ste ukázali, že máte znalosti a máte aktuálne informácie.

Interaktívny obsah: Vytvorte interaktívny obsah, ako sú ankety a kvízy, aby ste zaujali svojich sledovateľov a zvýšili zapojenie.

Riešenie problémov zákazníkov: Predvídajte a riešte všetky obavy potenciálnych zákazníkov, ako sú parkovanie, bezpečnosť a umiestnenie, aby ste si vybudovali dôveru a dôveryhodnosť.

Využite rozprávanie príbehov: Povedzte príbeh o svojom zariadení a jeho histórii, aby ste vytvorili emocionálne spojenie so svojím publikom.

Buďte sebavedomí a nadšení: Buďte sebavedomí a nadšení vo svojej prezentácii, aby ste vyjadrili pozitívny a profesionálny obraz vášho zariadenia.

Je dôležité si zapamätať, že typ obsahu, ktorý vytvoríte, by mal byť prispôsobený vašej cieľovej skupine. Pri rozhodovaní o tom, aký typ obsahu vytvoriť, zvažte záujmy a zvyky vášho ideálneho zákazníka. Nezabudnite tiež miešať príspevky, aby bol váš obsah čerstvý a pútavý.

Programy na tvorbu obsahu

Na vytváranie videí pre sociálne médiá je k dispozícii niekoľko možností softvéru na úpravu videa. Ak ešte len začínate, vyskúšajte a zistite, ktoré aplikácie vám môžu pomôcť. Tu je niekoľko populárnych možností:

Capcut – strih a editácia videí zadarmo.

Preview - plánovanie prísunu fotografií na Instagram.

Canva – vytváranie/úprava zložitejších príspevkov

Blur photo - rozostrenie pozadia

Lightroom - úprava farebnosti fotografií môžete vytvárať rôzne predvoľby

Adobe Premiere Pro: Softvér na úpravu videa na profesionálnej úrovni, ideálny pre zložité projekty a produkciu videa vo vysokej kvalite.

DaVinci Resolve: Softvér na úpravu videa na profesionálnej úrovni s množstvom funkcií vrátane korekcie farieb a úprav zvuku.

Toto je len niekoľko príkladov z mnohých dostupných možností softvéru na úpravu videa. Správna voľba pre vás bude závisieť od úrovne vašich skúseností a potrieb vášho projektu.

Ako fotografovať ubytovacie zariadenie



Ak chcete presvedčiť hostí, aby si rezervovali, musíte ich upútať. Prečo je fotografia dôležitá?

Fotografie vášho ubytovania by mali byť atraktívne, realistické a kľúčovým faktorom je aj svetlo. Mali by zachytávať všetky typy izieb a všetko vybavenie, ako aj konkrétne detaily, ktoré zaujmú a inšpirujú potenciálnych hostí.

Budúcim hosťom by mali poskytnúť vizuálnu prehliadku vášho ubytovania, zachytiť jeho atmosféru, predstaviť svoju kultúru a históriu, a ukázať, čo môžu očakávať počas svojho pobytu.

Čo fotiť?

- Všetky fotografie robte z výšky 100-160 cm. Vďaka tomu budú pôsobiť konzistentne a s neutrálnym pohľadom ako z pozície pozorovateľa.
- Fotografujte priestory z rohu. To dodá obrázku hĺbku a perspektívu.
- Snažte sa zachytiť čo najviac z priestoru na fotografii.

Ďalšie prvky, ktoré by sa mali fotografovať:

- výhľad
- balkón,
- záhrada,
- terasa,
- bazén,
- parkovisko.

Prezentácia miestností

Priestory musia byť na všetkých fotografiách dobre osvetlené a usporiadané. Dbajte preto na to, aby boli izby pred fotením upratané a dostatočne pripravené.

Uistite sa, že v spálňach:

- závesy sú odtiahnuté tak, aby bol výhľad z okna,

- všetky svetlá sú zapnuté, vrátane okolitého osvetlenia,
- posteľe sú ustlané,
- nikde nevisí bielizeň,
- nie sú viditeľné žiadne káble.

Pred fotografovaním kúpeľne sa uistite, že:

- je rozsvietené osvetlenie,
- zrkadlá nemajú žiadne šmuhy,
- záves sprchy je odtiahnutý nabok,
- poklop toalety je zatvorený,

Fotografie exteriéru by mali obsahovať:

- vstup do ubytovania,
- fasáda budovy pri pohľade z ulice.

Pri fotení sa snažte nezobrazovať na fotke okoloidúcich, dopravné značky a ani zaparkované autá.

Čomu sa pri fotení vyhnúť?

X fotografie hostí,

X odrazy vás, alebo fotoaparátu v zrkadlách alebo oknách,

✗ fotografie so zapnutým televízorom,

✗ obrázky s efektom rybieho oka,



✗ príliš tmavé (podexponované) alebo svetlé (preexponované) fotografie,

✗ čiernobiele fotografie,

✗ fotografické koláže,

✗ vodoznaky a ilustrácie na fotografiách

Ako často zdieľať príspevky na sociálne siete ?

Naozaj jediným kľúčom k neustálemu rastu s hodnotou je konzistencia, teda pravidelné prispievanie. Iná ani jednoduchšia cesta neexistuje.

Ak **začínate** budovať **nový** profil, odborníci na sociálne siete odporúčajú uverejňovať príspevky alebo videá **dva krát denne**. Dôvod je ten, že pri zdieľaní raz za týždeň sa Váš príspevok dostane iba k vášmu publiku, ktoré vás už sleduje. Ak chcete rásť je potrebné zdieľať minimálne raz denne.

Všeobecne sa odporúča pridávať minimálne päť krát za týždeň.

Ak používate Twitter, odporúča sa pridávať príspevky najmenej trikrát denne. Ak používate YouTube, odporúča sa pridávať videá najmenej raz mesačne.

Všímajte si čas, kedy je vaše publikum aktívne. Uverejňovanie príspevkov by ste mali naplánovať 45 minút pred tým, ako bude väčšina vašich sledovateľov online. Zdieľanie príspevkov a videí v noci sa neodporúča.

Ak s nejakým príspevkom nie ste spokojní, nemažte ho. Radšej iba obmedzte jeho viditeľnosť ako súkromný. Mazanie príspevkov škodí vášmu účtu.

Videá s vodoznakom konkurenčnej sociálnej siete majú znížený dosah. Ak ste napríklad vytvorili video na Tik-Toku a chcete ho zdieľať aj na Instagram a Facebook, odstráňte vodoznak.



Oplatí sa investovať do webovej stránky pri malom ubytovaní?

Áno, oplatí sa investovať do malého ubytovacieho webu. Prítomnosť online je nevyhnutná pre každú firmu a webová stránka môže byť skvelým spôsobom, ako prezentovať svoje ubytovanie a prilákať viac zákazníkov. Webová stránka vám tiež umožňuje

prijímať rezervácie online, ako aj poskytovať zákazníkom informácie o vašich službách, polohe a vybavení. Okrem toho môžete použiť webovú stránku na propagáciu špeciálnych ponúk a zliav, ako aj na spojenie so zákazníkmi na sociálnych sieťach.

Ako zabezpečiť, aby si klienti opäť rezervovali moje ubytovanie?

1. Poskytujte vynikajúci zákaznícky servis: Uistite sa, že všetkým svojim hosťom poskytujete vynikajúce služby zákazníkom. To zaistí, že budú mať pozitívnu skúsenosť a s väčšou pravdepodobnosťou si v budúcnosti znova zarezervujú vaše ubytovanie.
2. Ponúkajte špeciálne zľavy: Zvážte ponúkanie špeciálnych zliav zákazníkom, ktorí si rezervujú priamo cez vašu webovú stránku alebo odporúčia priateľov. Môže to byť skvelý spôsob, ako podporiť opakované rezervácie.
3. Spojte sa s hosťami na sociálnych médiách: Pomocou týchto kanálov sa môžete spojiť so svojimi hosťami, odpovedať na ich otázky a informovať ich o svojom ubytovaní.

4. Pošlite následné e-maily: Keď host zostane vo vašom ubytovaní, pošlite mu následný e-mail s poďakovaním za pobyt a požiadať ho, aby v budúcnosti zvážil opätovnú rezerváciu. Ponúkajte stimuly, ako sú zľavy alebo vylepšenia, za opakované rezervácie, aby ste povzbudili hostí k návratu.

5. Požiadajte o recenzie: Požiadajte svojich hostí, aby zanechali recenzie na obľúbených cestovateľských stránkach, ako je TripAdvisor. To vám môže pomôcť vybudovať si reputáciu a povzbudiť viac ľudí, aby si rezervovali vaše ubytovanie.

Ako zvýšiť tržby za prenájom ubytovania

Zvýšenie výnosov z vášho rekreačného prenájmu je možné dosiahnuť nasledovne:

Optimalizujte ceny: Pravidelne kontrolujte svoje ceny, aby ste sa uistili, že sú v súlade s trhovými sadzbami a porovnateľnými nehnuteľnosťami vo vašej oblasti.

Vylepšite vybavenie nehnuteľnosti: Zvážte inováciu vybavenia ponúkaného vo vašom dovolenkovom prenájme, aby bol pre potenciálnych hostí atraktívnejší.

Ponuka doplnkových služieb: Ponúknite doplnkové služby, ako sú plány stravovania, alebo doprava aby ste zvýšili príjmy.

Zvýšte mieru obsadenosti: Zvýšte mieru obsadenosti propagáciou svojej nehnuteľnosti na dovolenkový prenájom prostredníctvom rôznych marketingových kanálov a využívaním online rezervačných systémov.

Využite dynamické určovanie cien: Využite techniky dynamického určovania cien na úpravu sadzieb na základe dopytu a sezónnosti, aby ste maximalizovali výnosy.

Ponúkajte možnosti dlhodobého prenájomu: Ponúkajte možnosti dlhodobého prenájomu, aby ste prilákali hostí, ktorí hľadajú dlhší pobyt.

Partnerstvo s miestnymi firmami: Spojte sa s miestnymi firmami, aby ste ich vzájomne propagovali a oslovili širšie publikum.

Ako vzdelávať zamestnancov marketingu v hoteli

Školenie zamestnancov v oblasti marketingu pre hotel možno vykonať rôznymi spôsobmi. Tu sú nejaké návrhy:

Školenie na pracovisku: Školenie na pracovisku je praktický spôsob, ako sa zamestnanci môžu dozvedieť o marketingu a získať praktické skúsenosti v tejto oblasti.

Workshopy a kurzy: Workshopy a kurzy poskytujú štruktúrované školenia a vzdelávanie o marketingu vrátane špecifických techník a stratégií.

Online zdroje: Online zdroje, ako sú webináre, e-knihy a videonávody, ponúkajú zamestnancom flexibilné možnosti vzdelávania sa vlastným tempom.

Medzifunkčná spolupráca: Povzbudzovanie zamestnancov, aby spolupracovali s inými oddeleniami, ako je predaj alebo zákaznícky servis, im môže poskytnúť širší pohľad na marketing a jeho úlohu v podniku.

Pravidelné priebežné školenia môžu pomôcť zamestnancom zostať v obraze s trendmi v odvetví a pokrokmi v marketingu.

Kontrola výsledkov

Nakoniec je dôležité sledovať výsledky vašej práce. Je dôležité vedieť, či marketingové aktivity prinesú očakávané výsledky. Monitorovanie výsledkov vám tiež pomôže zistiť, či je potrebné zmeniť váš marketingový plán.

Táto e-kniha ponúka podrobné nápady na tvorbu obsahu na sociálne siete ak propagujete ubytovacie zariadenie, penzión, či chatu. Nájdete tu cenné informácie a poznatky, ktoré pomôžu vlastníkovi a manažérom efektívne propagovať ich ubytovanie a prilákať viac zákazníkov.