

УДК 338.48

Роль визуального контента в социальных сетях в гостиничной индустрии

Величко Ирина Алексеевна, доцент кафедры туризма, гостиничного и ресторанного сервиса, Уфимский государственный нефтяной технический университет, avtor@npzhdialog.ru

Петрова Анна Вячеславовна, магистрант, Уфимский государственный нефтяной технический университет, avtor@npzhdialog.ru

В данной статье рассматривается роль визуала в постах в социальных сетях, а также рекомендации по созданию контента, который находит отклик у аудитории. Создание визуально привлекательного контента имеет решающее значение для привлечения внимания и повышения узнавания бренда. Потрясающие изображения, атмосферные видео — каждый элемент постов в социальных сетях должен быть тщательно продуман, чтобы отражать уникальность и индивидуальность. Анализируется значимость визуальных эффектов, эффективные стратегии дизайна и даются рекомендации по созданию контента, способного выделяться в насыщенной среде социальных сетей.

Ключевые слова: социальные сети, бизнес, гостиничное дело, контент, дизайн.

В современную цифровую эпоху социальные сети стали мощным инструментом для отелей, позволяющим им общаться со своей целевой аудиторией и демонстрировать свои уникальные предложения. Однако с ростом конкуренции в индустрии гостеприимства для отелей крайне важно выделяться из толпы и производить неизгладимое впечатление на потенциальных гостей. Именно здесь дизайн социальных сетей играет жизненно важную роль [1].

Эффективный дизайн социальных сетей может помочь отелям создать сильную визуальную идентичность, которая находит отклик у их целевой аудитории.

Он позволяет отелям доносить ценности своего бренда, индивидуальность и уникальные торговые предложения визуально привлекательным и увлекательным образом. Инвестируя в высококачественный дизайн, отели могут отличаться от своих конкурентов и привлекать внимание потенциальных гостей.

Когда дело доходит до дизайна постов в социальных сетях, отели должны сосредоточиться на создании контента, который визуально привлекателен, информативен и доступен для распространения. Это может включать в себя изображения интерьера и услуг отеля или закулисные видеоролики, демонстрирующие уникальные особенности отеля. Включая эти элементы в свой дизайн социальных сетей, отели могут эффективно доносить историю своего бренда и привлекать интерес своей целевой аудитории [2].

Перед началом разработки дизайна отелям важно четко понимать свою целевую аудиторию и концепцию брендинга. Чтобы лучше понять свою целевую аудиторию, нужно провести маркетинговое исследование и проанализировать демографические показатели, интересы и поведение потенциальных гостей в Интернете. Это поможет адаптировать дизайн социальных сетей к их предпочтениям и создавать контент, который будет им интересен.

Кроме того, важно иметь идентичность бренда, которая будет единообразной на всех платформах социальных сетей. Идентичность бренда должна отражать уникальные торговые точки, ценности и индивидуальность отеля. Это поможет создать сплоченное и узнаваемое присутствие в социальных сетях, что облегчит целевой аудитории идентификацию и взаимодействие с контентом [3].

Элементы эффективного дизайна постов в социальных сетях:

1. Выбор правильных цветов, шрифтов и изображений.

Цветовая психология играет важную роль в том, как люди воспринимают и взаимодействуют с контентом.

При оформлении постов в социальных сетях важно выбирать цвета, которые соответствуют фирменному стилю отеля и вызывают желаемые эмоции у аудитории.

Аналогичным образом шрифты также влияют на общий вид и

восприятие сообщений в социальных сетях. Нужно выбирать шрифты, которые легко читаются и соответствуют индивидуальности бренда. Например, бутик-отель может выбрать элегантные и стильные шрифты, в то время как семейный курорт может выбрать более игривые и непринужденные шрифты [4].

Помимо цветов и шрифтов, изображения являются мощным инструментом для привлечения внимания. Использование изображений с высоким разрешением, демонстрирующих удобства, номера и уникальные особенности вашего отеля. Визуальные эффекты, которые вызывают эмоции и рассказывают историю, с большей вероятностью найдут отклик у аудитории и будут стимулировать взаимодействие.

2. Использование привлекательных визуальных эффектов и графики. В переполненном ландшафте социальных сетей важно создавать визуальные эффекты, которые выделяются и привлекают внимание.

Это может включать использование смелых и ярких цветов, включение визуально интересных узоров или текстур, а также экспериментирование с уникальными и креативными макетами.

Инфографика и визуализация данных также являются эффективными способами представления информации в визуально привлекательном и легко усваиваемом формате. Они могут помочь донести сложные сообщения лаконично и увлекательно, сделав посты в социальных сетях более информативными и доступными для распространения [6].

3. Инструменты и ресурсы для создания профессионального дизайна. Для создания хорошего визуала для постов в социальных сетях существует множество инструментов и ресурсов, которые могут помочь оптимизировать процесс дизайна.

Программные продукты для дизайна, такие как Adobe Photoshop и Canva, предлагают широкий спектр шаблонов, шрифтов и графики, которые можно настраивать в соответствии с потребностями вашего бренда. Эти инструменты упрощают процесс дизайна и позволяют создавать профессионально выглядящие посты в социальных сетях.

После реализации дизайна постов в социальных сетях важно проанализировать их успешность и принять решения на основе данных для улучшения будущего контента. Инструменты аналитики социальных сетей (Google Analytics) предоставляют ценную информацию об эффективности постов.

Стоит обратить внимание на такие показатели, как охват, уровень вовлеченности, уровень кликов и конверсии, чтобы понять, как аудитория взаимодействует с контентом. Используя эти данные

для выявления закономерностей, можно понять, что находит отклик у аудитории и внести улучшения в стратегию дизайна социальных сетей.

Чтобы постоянно улучшать дизайн постов отеля в социальных сетях и максимизировать их влияние, необходимо анализировать их успех. Отслеживая ключевые показатели и собирая информацию, можно принимать решения на основе данных и совершенствовать свою стратегию дизайна [3].

1. Показатели вовлеченности: требуется отслеживать такие показатели, как лайки, комментарии, репосты и показатели кликабельности (CTR), чтобы оценить уровень вовлеченности, который генерируют посты в социальных сетях. Нужно проанализировать, какие дизайны работают лучше всего, и определить закономерности или элементы, которые находят отклик у аудитории.

2. Показатели конверсии: если цель — повысить конверсию, нужно отслеживать такие показатели, как посещения веб-сайта, бронирования или регистрации, которые можно напрямую отнести к постам в социальных сетях. Эти данные помогут оценить эффективность дизайнов в стимулировании желаемых действий.

3. A/B-тестирование: можно проводить A/B-тестирование, создавая вариации дизайна постов в социальных сетях и сравнивая их эффективность. Тестирование различных макетов, цветов,

текст или шрифтов поможет определить, что лучше всего находит отклик у аудитории и способствует более высокой вовлеченности или конверсии.

Таким образом, разработка привлекательных и вовлекающих постов в социальных сетях имеет важное значение для отелей, чтобы выделиться в цифровом пространстве и привлечь внимание своей целевой аудитории. Понимая свою целевую аудиторию, поддерживая последовательную идентичность бренда и включая эффективные элементы дизайна, можно создавать контент, который не только привлекает внимание, но и стимулирует взаимодействие. Также не стоит забывать об оптимизировании своих дизайнов для мобильных устройств, а также об использовании инструментов и ресурсов для создания профессионально выглядящего контента. Анализ успешности дизайнов позволит постоянно улучшать свое присутствие в социальных сетях [8].

Создание убедительного контента, который находит отклик у аудитории, требует глубокого понимания идентичности и целевой аудитории бренда. Экспериментирование и тестирование своих дизайнов на основе данных и отзывов пользователей поможет в адаптации и совершенствовании визуала публикаций в социальных сетях, чтобы оставаться на плаву в цифровом пространстве и привлекать свою аудиторию.

Примечания

1. Алеева В. А., Мочалова Ю. Д. Применение современных информационных технологий в управлении бизнесом в сфере туризма // Бизнес-образование в экономике знаний. 2018. N 3. С 3–6.
2. Богомазова И. В., Аноприева Е. В., Климова Т. Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. N 3. С. 34–47.
3. Демьянчук Ю. Я., Трубникова Н. В. Роль диджитал-маркетинга в выстраивании взаимоотношений с потребителем в сегменте HoReCa // Коммуникология: электронный научный журнал. 2017. Т. 2. N 1. С. 21–33.
4. Деньчикова Е. А. Особенности продвижения нового предприятия индустрии гостеприимства в социальных сетях // Российские регионы: взгляд в будущее. 2019. Т. 6. N 2. С. 167–179.
5. Макарова Т. А., Абакумова Е. В., Ткаченко О. В. Влияние маркетинговой среды на развитие гостиничной индустрии на современном этапе // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2020. N 4. С. 113–122.
6. Овчаренко Н. П., Костенко К. И., Павленко И. Г. Цифровые технологии и диджитал-маркетинг: новые возможности для гостиничного бизнеса // Проблемы современной экономики. 2018. N 2. С. 229–233.
7. Проектирование гостиничной деятельности: учебное пособие / под ред. Л. А. Ульянченко. М., 2016. 224 с.
8. Шитова Ю. Ю., Щербакова Е. В. Рекламные возможности современных интернет-ресурсов // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2019. N 3. С. 89.

English version

The role of visual content on social media in the hotel industry

Velichko Irina Alekseevna, associate professor of the department of tourism, hotel and restaurant service, Ufa State Petroleum Technological University

Petrova Anna Vyacheslavovna, master's student, Ufa State Petroleum Technological University

This article explores the role of visuals in social media posts and provides best practices for creating content that resonates with your audience. Creating visually compelling content is critical to grabbing attention and increasing brand awareness. From stunning images to atmospheric videos, every element of your social media posts should be carefully crafted to convey uniqueness and personality. It examines the importance of visuals, effective design strategies, and provides best practices for creating content that stands out in a crowded social media environment.

Keywords: social networks, business, hospitality, content, design.