

MEHMONXONA BIZNESIDA REKLAMANING SAMARADORLIGI

Tursunmaxamatova Umida

*Toshkent kimyo xalqaro universiteti,
turizm fakulteti, talabasi*

Erkinova Malika

*Toshkent kimyo xalqaro universiteti,
turizm fakulteti, talabasi*

ANNOTATSIYA

Ushbu maqola mehmonxona biznesida reklama samaradorligini o'rganadi, uning brend xabardorligini yaratish, to'g'ridan-to'g'ri bron qilish, differentsiatsiyani namoyish qilish va mehmondo'stlikning doimiy o'zgaruvchan sharoitda dolzarb va raqobatbardosh bo'lib qolish uchun raqamli tendentsiyalarga moslashishdagi ahamiyatini ta'kidlaydi.

Kalit so'zlar: mehmonxonalar, reklama, brend, soliq, rivojlanish, biznes, taklif.

АННОТАЦИЯ

В этой статье рассматривается эффективность рекламы в гостиничном бизнесе для повышения узнаваемости бренда, прямого бронирования, демонстрации дифференциации и сохранения актуальности и конкурентоспособности в постоянно меняющейся среде гостеприимства, подчеркивается важность адаптации к цифровым тенденциям.

Ключевые слова: отели, реклама, бренд, налог, девелопмент, бизнес, предложение.

ABSTRACT

This article examines the effectiveness of advertising in the hotel business to create brand awareness, direct bookings, demonstrate differentiation and stay relevant and competitive in the ever-changing hospitality environment. emphasizes the importance of adapting to digital trends.

Keywords: hotels, advertising, brand, tax, development, business, offer.

KIRISH

Reklama mehmonxona biznesidagi muvaffaqiyatning asosi bo'lib, mehmonxonalar uchun mehmonlarni jalb qilish, bron qilish va raqobatbardosh bozorda ajralib turish uchun kuchli vosita bo'lib xizmat qiladi. Tanlovlar ko'payib borayotgan va iste'molchilarning xohish-istaklari tez rivojlanayotgan sanoatda strategik reklama kampaniyalari brend idrokini shakllantirish, ko'rinishni oshirish va pirovardida mehmonxonalar daromadini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Reklama kanallari va usullaridan samarali foydalangan holda, mehmonxonalar nafaqat potentsial mehmonlarni jalb qilishlari, balki sodiqlikni rivojlantirishlari, mehmonlar tajribasini oshirishlari va bozorda mustahkam o'rin o'rnatishlari mumkin.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mehmonxona industriyasining raqobatbardosh landshaftida samarali reklama mehmonlarni jalb qilish, bron qilish va brendni tan olishda muhim rol o'ynaydi. Mehmonxonachilar o'z mulklarini farqlashga va gavjum bozorda ajralib turishga intilishlari sababli, strategik reklama kampaniyalari hamma narsani o'zgartirishi

mumkin. Ushbu maqolada biz mehmonxona biznesida reklamaning ahamiyatini ko'rib chiqamiz va u dinamik va rivojlanayotgan sanoatda muvaffaqiyatga qanday olib kelishini o'rganamiz.

1. Brend xabardorligini yaratish: Reklama mehmonxona biznesida brend xabardorligini oshirish uchun kuchli vosita bo'lib xizmat qiladi. Turli kanallar bo'ylab maqsadli marketing kampaniyalari orqali mehmonxonalar o'zlarining noyob takliflari, qulayliklari va xizmatlarini keng auditoriyaga namoyish etishlari mumkin. Reklama orqali kuchli brend mavjudligini yaratish orqali mehmonxonalar ko'rinishni oshirishi, fikr almashishi va potentsial mehmonlar uchun o'zlarini eng yaxshi tanlov sifatida ko'rsatishi mumkin.

2. Driving Direct Bookings: Onlayn sayyohlik agentliklari (OTA) bronlash sohasida hukmronlik qilayotgan davrda, reklama mehmonxonalarini to'g'ridan-to'g'ri bron qilishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Mehmonxona veb-sayti orqali to'g'ridan-to'g'ri bron qilish uchun eksklyuziv takliflar, chegirmalar va imtiyozlarni targ'ib qiluvchi strategik reklama kampaniyalari mehmonlarni uchinchi tomon kanallarini chetlab o'tishga va bevosita mulk bilan band qilishga undashi mumkin. Bu nafaqat mehmonxonalariga daromadni oshirishga yordam beradi, balki kelgusida marketing bo'yicha sa'y-harakatlari uchun mehmonlar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqa o'rnatish imkonini beradi.[5]

3. Mehmon tajribasini oshirish: Samarali reklama nafaqat mehmonlarni jalb qilishdan tashqari, balki umumiy mehmonlar tajribasini oshirishda ham muhim rol o'ynaydi. Reklama kampaniyalarida mehmonxona tomonidan taqdim etiladigan noyob xususiyatlar, qulayliklar va xizmatlarni ta'kidlash orqali mehmonlar turar joy vaqtida nimalar kutishlari mumkinligi haqida tasavvurga ega bo'lishlari mumkin. Aniq va jozibali xabarlar mehmonlarning taxminlarini belgilashi, kutishni yaratishi va mehmonlarni bron qilishdan tortib to chiqishgacha muammosiz va unutilmas tajribaga ega bo'lishini ta'minlashi mumkin.

4. Farqlanishni namoyish qilish: Sayohatchilar uchun turar joy imkoniyatlarining ko'pligi tufayli mehmonxonalar raqobatchilardan ajralib turish yo'llarini topishlari kerak. Reklama mehmonxonalariga hashamatli qulayliklar, moslashtirilgan xizmat, ekologik toza amaliyotlar yoki maxsus paketlar va aktsiyalar bo'ladimi, o'zlarining noyob savdo nuqtalarini namoyish qilish uchun platforma bilan ta'minlaydi. Reklama orqali o'zlarining o'ziga xosligini samarali etkazgan holda, mehmonxonalar o'zlarining maqsadli auditoriyasini jalb qilishlari va bozorda o'z o'rnini egallashlari mumkin.

5. Raqamli tendentsiyalarga moslashish: Bugungi raqamli asrda mehmonxona biznesidagi reklama onlayn va ijtimoiy media platformalarining kuchidan foydalanish uchun rivojlandi. Maqsadli raqamli reklamalar va ijtimoiy media kampaniyalaridan tortib, ta'sir qiluvchi sheriklik va interaktiv kontentgacha, mehmonxonalar texnologiyani yaxshi biladigan sayohatchilarga erishish va ular bilan o'zlarining afzal ko'rgan kanallarida muloqot qilish uchun so'nggi raqamli tendentsiyalardan foydalanmoqda. Tezkor bo'lish va o'zgaruvchan iste'molchilarning xatti-harakatlariga moslashish orqali mehmonxonalar o'zlarining reklama harakatlarining ta'sirini maksimal darajada oshirishi va turli xil auditoriya bilan bog'lanishi mumkin.[4]

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Mehmonxonalar reklamasi mehmonlarni jalb qilish va bronlarni ko'paytirish uchun ularning xizmatlari, qulayliklari va noyob takliflarini targ'ib qilishni o'z ichiga oladi. Mehmonxona sanoatida qo'llaniladigan ba'zi umumiy reklama strategiyalari:

1. Onlayn reklama: Mehmonxonalar potentsial mehmonlarning keng auditoriyasini qamrab olish uchun Google Ads, ijtimoiy media reklamalari va displey reklama kabi onlayn reklama kanallaridan foydalanadi. Ushbu platformalar mehmonxonalariga reklama kampaniyalarining samaradorligini oshirish uchun muayyan demografiya, qiziqishlar va xatti-harakatlarga yo'naltirish imkonini beradi.

2. Search Engine Marketing (SEM): Qidiruv mexanizmi marketingi turar joy variantlarini faol ravishda qidirayotgan foydalanuvchilarni maqsad qilib olish uchun Google kabi qidiruv tizimlarida reklama joylashtirishni o'z ichiga oladi. Mehmonxonalar qidiruv natijalarining yuqori qismida paydo bo'lish uchun tegishli kalit so'zlarga taklif qilishadi, bu ko'rinishni oshiradi va o'z veb-saytlariga trafikni jalb qiladi.

3. Ijtimoiy tarmoq reklamasi: Mehmonxonalar o'z xususiyatlarini namoyish qilish, izdoshlar bilan muloqot qilish va maxsus takliflarni ilgari surish uchun Facebook, Instagram va Twitter kabi ijtimoiy media platformalaridan foydalanadi. Ijtimoiy tarmoqlardagi reklama mehmonxonalariga demografiya, qiziqishlar va onlayn xulq-atvorga asoslangan muayyan auditoriyaga yo'naltirish imkonini beradi.

4. Elektron pochta marketingi: Mehmonxonalar o'tgan mehmonlar bilan muloqot qilish, bo'lajak tadbirlar yoki takliflarni targ'ib qilish va bron qilish uchun elektron pochta marketing kampaniyalaridan foydalanadi. Mehmonxonalar elektron pochta ro'yxatlarini segmentlarga bo'lish va kontentni shaxsiylashtirish orqali qabul qiluvchilarga mos keladigan maqsadli kampaniyalarni yaratishi va ularni mehmonxonani bron qilishga undashi mumkin.[2]

5. Kontent marketingi: Kontent marketingi muayyan maqsadli auditoriyani jalb qilish va jalb qilish uchun qimmatli, tegishli kontentni yaratish va almashishni o'z ichiga oladi. Mehmonxonalar o'z manzillarini ko'rsatuvchi, mahalliy diqqatga sazovor joylarni ta'kidlaydigan va potentsial mehmonlarga foydali sayohat bo'yicha maslahatlar beruvchi blog postlari, videolari va qo'llanmalarini ishlab chiqaradi.

6. Influencer hamkorliklari: Influencer va sayohat bloggerlari bilan hamkorlik qilish mehmonxonalariga yangi auditoriyani jalb qilish va brend xabardorligini oshirishga yordam beradi. Influencerlar mehmonxonalarini o'z izdoshlariga homiylik postlari, sharhlar va hamkorliklar orqali targ'ib qiladi, mulkni haqiqiy va qiziqarli tarzda namoyish etadi.

7. Mahalliy reklama: Mehmonxonalar ko'pincha yaqin atrofdagi hududlardan mehmonlarni jalb qilish yoki restoranlar yoki kurortlar kabi joylardagi qulayliklarga sayohat qilish uchun mahalliy reklama harakatlari bilan shug'ullanadi. Bunga mahalliy nashrlardagi bosma reklamalar, radio lavhalar va mehmonxonani targ'ib qilish uchun mahalliy biznes bilan hamkorlik qilish kiradi.

8. Remarketing: Remarketing avvalroq mehmonxona veb-saytiga tashrif buyurgan, lekin bron qilmagan foydalanuvchilarni nishonga olishni o'z ichiga oladi. Ushbu foydalanuvchilarga boshqa veb-saytlarni yoki ijtimoiy media platformalarini ko'rib chiqishda maqsadli reklamalarni ko'rsatish orqali mehmonxonalar ularga dastlabki qiziqishlarini eslatishi va ularni bron qilishni yakunlashga undashi mumkin.

9. Hamkorlik va hamkorliklar: Mehmonxonalar kengroq auditoriyani qamrab olish va bronlarni tezlashtirish uchun aviakompaniyalar, sayyohlik agentliklari va onlayn platformalar bilan hamkorlik qilishi mumkin. Hamkorlik o'z ichiga qo'shma marketing kampaniyalarini, reklama paketlarini yoki muayyan kanallar orqali bron qilgan mijozlar uchun eksklyuziv chegirmalarni o'z ichiga olishi mumkin.

Ushbu reklama strategiyalarining kombinatsiyasini amalga oshirish orqali mehmonxonalar o'z mulklarini samarali targ'ib qilishlari, yangi mehmonlarni jalb qilishlari, bronlarni ko'paytirishlari va doimiy rivojlanayotgan mehmondo'stlik sanoatida raqobatbardosh bo'lishlari mumkin.[1]

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, reklama raqobatbardosh va dinamik sanoatda mehmonxonalar muvaffaqiyatida hal qiluvchi rol o'ynaydi. Brend xabardorligini yaratish va to'g'ridan-to'g'ri bron qilishdan tortib mehmonlar tajribasini oshirish va farqlashni namoyish qilishgacha, samarali reklama strategiyalari mehmonxonalarga biznes maqsadlariga erishishda, mehmonlarni jalb qilishda va bozorda kuchli ishtirok etishda yordam beradi. Innovatsiyalar, ijodkorlik va reklamaga mijozlarga yo'naltirilgan yondashuvni o'zlashtirib, mehmonxonalar egri chiziqdan oldinda turishi va doimiy rivojlanib borayotgan mehmondo'stlik landshaftida barqaror o'sishni ta'minlashi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Tuxliyev I.S., Xaitboyev R., Tursunova G.R. Turizm asoslari. O'quv-uslubiy murakkab. - Samarqand, SamISI, 2013. - 372 b.[1]

2. Qudratov G.H., Pardayev M.Q., Otaboyev R. O'zbekistonda turizm salohiyati va uni rivojlantirishda davlat siyosatining asosiy yo'nalishlari. // xizmat ko'rsatish va turizm sohalarini rivojlantirish: muammolar va ularning yechimlari. - T.: Iqtisodiyot va moliya, 2008. - b. 61-70.[2]

3. Hayitboyev R., Sattarov A. Turizm marshrutini ishlab chiqish texnologiyasi. Samarqand, 2011 yil.[3]

4. Matyakubov U.R. —Ekologik vaziyatni hisobga olgan holda turizmning samaradorligi takomillashtirish yo'nalishlari va istiqbollari mavzusida. nomzodlik dissertatsiyasining konspekti. – Samarqand, 2011. – 12 b.[4]

5. Halikulov A.N. —Mehmonxonalarda xizmat ko'rsatish sifati va samaradorligini oshirish imkoniyatlar dissertatsiya konspekti. Abstrakt. – Samarqand, 2010. – 25 b.[5]