

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ ОТЕЛЕЙ МИНСКА

*Я. Мазена, студентка группы 10504216 ФММП БНТУ,
научный руководитель ст.преподаватель – Н.В. Макаревич*

*Резюме – в работе рассматривается реализация программ лояльности отелей Минска.
Summary - the work deals with the implementation of loyalty programs for Minsk hotels.*

Основная часть. На рынке Беларуси существует большое количество отелей, предлагающих свои услуги в разных городах нашей страны. Только в Минске насчитывается более 1600 отелей. Все они борются за лучшее место перед потребителем. Так как услуги оказываются однотипные, отели прибегают к программам лояльности, для привлечения большего количества клиентов.

Что же такое программа лояльности и как она действует? Чтобы сформировать пул постоянных клиентов, компании используют разные стратегии: заваливают клиента подарками, выпускают бонусные карты и проводят распродажи. Маркетинговые стратегии, которые направлены на удержание имеющихся клиентов, называются программами лояльности.

Проведем сравнение трех известных отелей: «Пекин», «Губернский», «Беларусь». Данные гостиницы пользуются большой популярностью у туристов Беларуси. Каждая из них имеет свои дополнительные услуги создающие комфорт для своего потребителя. Предлагаются сауны, бассейны, рестораны внутри гостиниц, тренажерные залы, игровые комнаты, СПА-процедуры и прочее. Однако этим особо уже не удивишь клиента, так как это не ново и практически во всех отелях имеются подобные предложения. Поэтому они проводят программы лояльности, имеющие отличительные особенности у каждого из отелей.

Гостиница «Пекин» предлагает свои карты постоянным клиентам, на которых накапливаются баллы. Существуют карты различных видов: Basic, Silver, Gold, Diamond. Каждая из них имеет свои возможности и накопление баллов, которыми можно расплатиться за конкретные, заранее определенные услуги.

Программа лояльности отеля «Губернский» представляет собой программу поощрения Гостей в благодарность за неоднократный выбор Отеля. Дисконтные карты предоставляется Гостю Отеля бесплатно и дают владельцу право на определенные скидки и привилегии.

А вот гостиница «Беларусь» предоставляет следующую программу лояльности: постоянным гостям отель предлагается скидка на проживание в размере 5%, в дальнейшем размер скидки может увеличиваться. А также для молодоженов действует скидка в размере 10% на размещение в любой категории номеров при предъявлении свидетельства о регистрации брака или паспортов со штампом о регистрации брака. Скидка в размере 20% на размещение в любой категории номеров предоставляется молодоженам при проведении свадебного торжества в ресторанах гостиницы. Скидки не суммируются.

В таблице 1 представлены расчеты реализованного потенциала программ лояльности белорусских отелей.

Таблица 1- Реализация потенциалов программ лояльности отелей Беларуси.

	Гостиница «Беларусь»	Гостиница «Пекин»	Гостиница «Губернский»
1. Скидка для молодоженов	✓	-	-
2. Возможность бесплатного раннего заезда обладателю карты «Gold»	-	✓	✓
3. Compliment в номер постоянному клиенту	✓	✓	✓
4. Compliments для именинников	✓	✓	-
5. Скидки в барах и ресторанах отеля	-	✓	-
Всего баллов	3	4	2
Расчет	3/5	4/5	2/5
Реализованный потенциал программ лояльности(%)	60%	80%	40%

Проанализировав таблицу 1, можно сделать выводы о том, что выбранные отели имеют в некоторые сходства программ лояльности, но и у каждого из них есть своя особенность. Отелем у которого есть большее количество преимуществ в программе лояльности является «Пекин». Гостиница «Беларусь» также заботится о своих клиентах и предоставлении услуг своим потребителям. Не малое количество плюсов в своей программе лояльности имеет и гостиница «Губернский», однако уступает ранее перечисленным отелям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Winning Hearts and Markets with Mobile Customer Loyalty Programs [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.gsma.com/membership/wp-content/uploads/2012/03/Velti_loyalty_white_paper. – Дата доступа: 10.02.2018

УДК 339.123

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ ТУРОПЕРАТОРОВ

*В. Ярош, студентка группы 10504216 ФММП БНТУ,
научный руководитель ст.преподаватель – Н.В. Макаревич*

Резюме – в работе рассматривается реализация программ лояльности на белорусском рынке туроператоров.

Summary - the work considers the implementation of loyalty programs on the Belarusian market of tour operators.

Основная часть. На сегодняшний день туризм является одной из самых динамичных и быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства, особое место туриндустрия занимает и в экономике Республике Беларусь. На рынке туристических услуг сложилась ситуация высокой конкуренции. В связи с этим многие компании прибегают к использованию программ лояльности.

Программа лояльности — комплекс маркетинговых мероприятий для развития повторных продаж существующим клиентам в будущем, продажи им дополнительных товаров и услуг, продвижения корпоративных идей и ценностей, других видов потенциально прибыльного поведения. Проводится, в основном, на этапе зрелости жизненного цикла товара.

Рассмотрим реализацию программ лояльности на примере 5 туроператоров: TEZ TOUR, Натурленд Тревел, Coral Travel, EcoTravel, Mouzenidis Travel. Наиболее популярное средство, используемое всеми компаниями – акции и скидки на раннее бронирование туров. Туроператор TEZ TOUR предлагает своим клиентам Cashback от Альфа-банка и Приорбанка - 5% от стоимости тура обратно на карточку. Кроме этого предлагает программу «Белавиа Лидер»: участники получают баллы за покупку тура онлайн на сайте www.teztour.by. Натурленд Тревел — вручает подарочные сертификаты постоянным клиентам. Сертификат не имеет определенного процента скидки, на нем находится определенная сумма средств которыми возможно воспользоваться. Coral Travel дарит возможность комфортного семейного отдыха с детьми в отелях сети Otium (Турция). Детям предоставляется бесплатное посещение тематических парков в неограниченном количестве в случае приобретения билетов родителями. EcoTravel предоставляет своим клиентам накопительную карту. При покупке первого тура в одном из офисов, заполняется анкета постоянного клиента, далее получение накопительных карт. Карта дает скидки клиентам, обслуживание персональным менеджером в офисе компании. Mouzenidis Travel предлагает дополнительную скидку 10% на досрочную оплату тура.

В таблице 1 представлены расчеты реализованного потенциала программ лояльности белорусских туроператоров.

Таблица 1 – Реализация потенциала программ лояльности на белорусском рынке туроператоров.

	TEZ TOUR	Натурленд Тревел	Coral Travel	EcoTravel	Mouzenidis Travel
1.Скидки на досрочное бронирование	+(1)	+(1)	+(1)	+(1)	+(1)
2.Cashback	+(1)	-(0)	-(0)	-(0)	-(0)
3. "Белавиа Лидер"	+(1)	-(0)	-(0)	-(0)	-(0)
4.Подарочные сертификаты	-(0)	+(1)	-(0)	-(0)	-(0)
5.Бесплатное посещение паркобы парков	-(0)	-(0)	+(1)	-(0)	-(0)
6.Карта постоянного клиента	-(0)	-(0)	-(0)	+(1)	-(0)
7.Скидка на досрочную оплату оплату	-(0)	-(0)	+(1)	-(0)	+(1)
Всего баллов	3	2	3	2	2
Расчет	3/7	2/7	3/7	2/7	2/7
Реализованный потенциал программ лояльности (%)	42,9%	28,6%	42,9%	28,6%	28,6%