

УДК НИР 339.138

Моделирование инновационного инструмента D-коммуникаций «Виртуальный администратор» для продвижения гостиничных услуг отеля «ArtBox»

Ф.С. Усманова. Санкт-Петербургский национально-исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург.

Научный руководитель: А.Г. Будрин. Санкт-Петербургский национально-исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург.

Консультант: В.В. Пастухов. ООО «Евросиб-Логистика», Санкт-Петербург.

Актуальность темы и постановка проблемы. В настоящее время большинство туристов бронируют гостиничные услуги в digital-среде. Для путешественников и туристов очень важно экономить свое время, чтобы качественно провести отдых, успеть посмотреть все достопримечательности и открыть новые места для себя. Современные потребители не привыкли ждать и хотят получить нужное как можно быстрее. А если это сделать не получается, то потребители быстро находят замену среди других конкурентов. Поняв ценность и увидев резервы для высвобождения времени, бизнес получит благодарных потребителей.

Чем качественнее гостиница сможет обслужить и сэкономить время своим гостям, тем больше они готовы будут заплатить за такой сервис. Проведя анализ гостиничного бизнеса были обнаружены негативные отзывы на интернет-ресурсах о качестве работы администраторов. Долгое ожидание регистрации на стойке ресепшн из-за того, что большой поток туристов заселяется одновременно и не всегда администратор может оперативно решить проблему и т.д.

В ходе экспертного интервью с управляющей мини-отеля ArtBox, было выяснено, что отель не имеет возможности внедрять дорогие инновационные средства коммуникации с целевыми потребителями, поэтому основная задача заключалась во внедрении такого инновационного инструмента коммуникации, который решит проблемы потребителей гостиничных услуг, увеличит продажи и повысит лояльность потребителей к отелю.

Изучив боль гостей и проведя глубинное интервью с потребителями гостиничных услуг, было предложено решение в виде инновационного средства коммуникации - «Виртуальный администратор». Данный инструмент коммуникации в гостиничной отрасли является инновационным для рынка гостиничных услуг города Санкт-Петербург, поэтому данная работа является актуальной с практической точки зрения.

Целью исследования является моделирование инновационного инструмента D-коммуникаций «Виртуальный администратор» для продвижения гостиничных услуг отеля «ArtBox».

Базовые положения исследования. Исследования в гостиничном бизнесе проведены на примере гостиницы «ArtBox». В рамках данной работы рассматривается инновационный инструмент коммуникации «Виртуальный администратор». Данный инструмент коммуникации будет помогать компаниям гостиничного бизнеса достигать следующих целей:

1. Бизнес-цель: рост прибыли за счет продвижения своих товаров и услуг потребителю.
2. Маркетинговая цель: привлечение новой целевой аудитории с помощью инновационного товара, а также отстройка от конкурентов.
3. Коммуникационная цель: повышение лояльности потребителей и узнаваемости гостиниц.

Инновационный инструмент «Виртуальный администратор» представлен в виде чат-бота в том мессенджере, где потребителям удобнее всего общаться. Механика взаимодействия с чат-ботом следующая: человек после бронирования номера в гостинице через различные digital-каналы, получает приветственное сообщение от бота с

подтверждением бронирования номера и сообщением с информацией о том, как пользоваться ботом и чем он может быть полезен.

Данный сервис позиционирует себя как уникальная система коммуникации с потребителями гостиничных услуг. Он рассказывает гостям об отеле, в который они прибывают, помогает выбрать комнату и забронировать ее, а также помогает разобраться с дополнительными модулями услуг, дает советы, например, в какое место можно пойти в городе и предоставляет систему лояльности. Для гостей отеля данный инструмент может обеспечить высококачественную коммуникацию в круглосуточном режиме и повысить лояльность за счет уникального и персонализированного сервиса.

Для оценки перспективности разработки модели инновационного инструмента коммуникаций с потребителями гостиничных услуг, было проведено маркетинговое исследование рынка чат-ботов в гостиничном бизнесе. Основные выводы из проведенного исследования заключаются в том, что в Санкт-Петербурге данный инструмент используют только 5% гостиниц, что является уникальным сервисом для потребителей; условия для распространения и внедрения подобного инструмента в гостиницах Санкт-Петербурга благоприятные, т.к. этот город считается туристическим центром, и при правильном стратегическом планировании, можно достичь очень весомых результатов.

Моделирование инновационного инструмента было проведено с помощью модели «Голубой океан», где исходя из анализа данной модели, была сформулирована ценность для бизнеса гостиничных услуг: оптимизация управления информацией, автоматизация рабочего процесса, увеличение лояльности потребителей к гостинице, снижение расходов на рекламные кампании и повышение среднего чека за счет продаж основных и дополнительных услуг.

Основные результаты. В ходе проведенного исследования в гостиничном бизнесе был проведен анализ рынка гостиничных услуг и рынка чат-ботов. Оценен уровень благоприятности макросреды с помощью PEST-анализа, выявлены тренды в экономике, социуме, технологиях и оценен характер и степень их влияния. Таким образом, была разработана модель инновационного инструмента коммуникаций в гостиничном бизнесе «Виртуальный администратор», которая может быть внедрена гостиницей «ArtBox» на рынке Санкт-Петербурга для продвижения основных и дополнительных услуг, а также для увеличения лояльности и установления долгосрочных и крепких взаимоотношений с потребителями гостиничных услуг.