



Regionalna razvojna agencija
Braničevo – Podunavlje

VODIČ ZA MARKETING NA DRUŠTVENIM MREŽAMA ZA UNAPREĐENJE VAŠEG POSLOVANJA U TURIZMU



Uvod

Sadržaj

1. Tri najveće prednosti društvenih medija za turističke kompanije	04
2. Društveni mediji i kupovni put turista	06
3. Saveti za uspeh društvenih medija u sektoru turizma	08
4. Šta je zanimljiv sadržaj na društvenim mrežama u turističkoj industriji?	14
5. Influencer marketing	16
6. Saveti za vođenje uspešne biznis stranice na Facebook-u	18
7. Saveti za vođenje uspešne biznis stranice na Instagram-u	20
8. Zaključak	22

Marketing na društvenim mrežama je imao dramatičan uticaj na turističku industriju tokom poslednje decenije. Nesumnjivo, ovaj trend će se nastaviti, a vaši klijenti će i dalje na društvenim mrežama istraživati svoje buduće planove za odmor, proveravati najnovije recenzije i, naravno, postavljati fotografije svog odmora ili izlaska kako bi ih videli svi njihovi prijatelji.

Mogu li društveni mediji zaista uticati na krajnji rezultat vašeg turističkog poslovanja?

Jednostavan odgovor je veliko da! Naročito u turističkoj industriji oni će uticati na privlačenje kupaca, zadržavanje kupaca i ukupnu reputaciju brenda.

Poput turizma, društveni mediji i postoje da okupljaju ljude i dele nova iskustva.

Putovanja su jedna od najčešćih tema na Fejsbuku, Tviteru i Instagramu. Turisti sve više posećuju internet kako bi dobili recenzije o hotelima, destinacijama, ponudama za putovanja i mnogim drugim aspektima pre nego što donesu odluku o putovanju.

Sajtovi kao što je TripAdvisor, koji je osnovan 2000. godine, danas su pouzdane kompanije koje ljudi i te kako konsultuju u vezi sa svojim turističkim i drugim putovanjima.

TripAdvisor je 2018. godine napravio oko 730 miliona recenzija korisnika koji pokrivaju preko osam miliona unosa za restorane, hotele, mesta i atrakcije.

Dobro došli u svoj vodič za uspešan marketing na društvenim mrežama za unapređenje vašeg poslovanja u turizmu

Tri najveće prednosti društvenih medija za turističke kompanije



Upoznajte svoju publiku

Društvene mreže su dvosmerni komunikacioni alat, gde slušate i učestvujete u razgovorima koji se vode oko vašeg brenda ili proizvoda/usluga. Nprocenjivo je znati ko je zainteresovan za vaš proizvod ili uslugu, zar ne? Na društvenim mrežama možete znati gde žive, čime se bave, koliko dana imaju za odmor, ali imate uvid i u njihovu interakciju. Na taj način, možete bolje razumeti potrebe, probleme i trendove vaše ciljne publike, što zauzvrat može uticati na to kako im plasirate vaš proizvod.



Pratite konkurenciju

Turistička industrija je veoma konkurentna oblast. Praćenje konkurencije je dobar način da vidite šta oni rade, a posebno da vidite šta ne rade. Ovo vam može pomoći da identifikujete neke sjajne marketinške mogućnosti na društvenim medijima i iskoristite ih za svoj dalji razvoj.



Obezbedite prvoklasnu korisničku uslugu

Prvoklasna korisnička usluga je u srcu svakog uspešnog turističkog poslovanja i čini bitnu razliku u zadržavanju postojećih kupaca i sticanju novih.

Društveni mediji mogu da vam pomognu da pružite korisničku uslugu tako što ćete odmah odgovarati na pitanja na stranicama vašeg brenda. Takođe, možete tražiti razgovore o svom brendu na drugim stranicama i odgovarati na njihova pitanja.

Društveni mediji i kupovni put turista

01

Kupovina unapred

Vaši klijenti provode dosta vremena istražujući svoju kupovinu pre nego što uopšte vi saznate da postoje. Kupovinu u najvećem obavljaju sada na pametnim telefonima. Razmislite o tome gde traže informacije o svom sledećem odmoru, letu ili iskustvu. Verovatno će koristiti najpre Fejsbuk i Instagram, kao i veb stranice za pregled ponuda.

02

Delimična kupovina

Kada se kupovina ili deo kupovine obavi, društveni mediji se koriste za detaljnije planiranje putovanja. Kupci koji su se odlučili za destinaciju i turističku kompaniju, na primer, možda sada traže atrakcije i restorane. Uverite se da je vaša kompanija povezana na mreži sa drugim relevantnim preduzećima tako da vas je lako pronaći.

03

Upotreba proizvoda

Dok su klijenti na odmoru ili uživaju u danu, olakšajte im da uključe vaše poslovanje kada koriste društvene medije. Podstaknite ih da se čekiraju na Fejsbuku/Instagramu i olakšajte označavanje vašeg poslovanja na drugim mrežama.

04

Nakon putovanja

Kupci su sada oduševljeni vašim brendom, emocionalno uključeni i ovo je najbolje vreme da ih ohrabrite da vas podrže. Ljudi vole da dele svoja iskustva sa odmora. Zamolite ih direktno kada odu da vam ostave recenziju, povežite se sa njima na mreži i zahvalite im za bilo koji sadržaj koji objavljuju o vašoj kompaniji.



Saveti za uspeh društvenih medija u sektoru turizma

Industrija putovanja i turizma je brza, veoma konkurentna i izuzetno aktivna na mreži. Bez sjajnog prisustva na mreži, vaše preduzeće bi se moglo izgubiti u svoj buci.



**Delite,
delite,
delite!**

Odličan način da privučete pažnju publike je da im pokažete da ste stručnjak u svojoj oblasti, a najlakši način da to uradite je da ponudite besplatne informacije. Delite informacije o najboljim lokalnim mestima, predočite oblasti interesovanja, obezbedite „šta posetiti“ vodiče za različite lokacije i postanite njihov virtualni vodič.

Ako budete uspešni u deljenju ovih sadržaja, vi ćete biti na vrhu njihove liste ljudi sa kojima će razgovarati kada budu spremni da rezervišu. Npr. Jet2.com ima efikasnu Fejsbuk stranicu na kojoj komuniciraju sa svojom publikom kroz vodiče, savete i funkcije o različitim destinacijama na koje putuju.



Maksimizirajte Instagram

Instagram je veoma efikasan alat za društvene medije i proizvodi veliko angažovanje za putničke i turističke kompanije. Svi aspekti vašeg turističkog poslovanja moraju izgledati poželjno na Instagramu, kako biste podstakli svoje klijente da se angažuju.

Koristite visokokvalitetne slike i pažljivo birajte svoje heštegove kako biste optimizirali doseg svojih postova. Pratite i koristite opšte heštegove kao što je #traveltuesday, ali pokušajte da kreirate i svoje. Virgin Holydays kreira prelepe fotografije svojih destinacija na svom Instagram nalogu i centrira ih oko #InstaTravel i #SeizeTheHolyday.



Tražite recenzije i preporuke

Iako su društveni mediji možda promenili lice marketinga, preporuke i dalje predstavljaju zlato. Nemojte se plašiti da proaktivno kontaktirate svoje klijente kako biste tražili preporuku za vaše usluge. Strah od negativnog odgovora često prevlada, te se lako odustane od ove prakse.

Ovo se može dogoditi, ali to ne mora biti loša stvar. Ukoliko je neko nezadovoljan, imate priliku da ispravite situaciju i ponovo se preporučite brzim, profesionalnim i transparentnim odgovorom. Ali, u najvećem broju slučajeva, dobićete dragocenu recenziju, što je najvažnije.



Pridružite se razgovoru

Ključ uspeha sa društvenim medijima je društvenost, a turizam je veoma društvena industrija. Počnite sa slušanjem postojećih i potencijalnih kupaca. Istražite svoje ključne reči i koristite sajtove kao što je Hootsuite da pratite razgovore oko njih.

Ako neko postavlja pitanje na koje možete odgovoriti, pridružite se razgovoru i pomozite mu. Ako pružate uslugu u određenoj oblasti, dodavanje geografskih oznaka u vašu pretragu takođe može pomoći.



Takmičenja

Takmičenja su popularna i često se dele na društvenim mrežama. Drugi vide komentare na postove za unos i oni su takođe u iskušenju da im se pridruže.

Select Cornwall redovno održava takmičenja na svojim mrežama. Nagrade su vikendi, mala putovanja i sl. Nedavno su organizovali novogodišnje takmičenje na Fejsbuku koje je dobilo preko 4400 komentara korisnika. Postoji mnogo različitih načina da ponudite nešto besplatno, ali uvek proverite smernice za svaku platformu.

Šta je zanimljiv sadržaj na društvenim mrežama u turističkoj industriji?

Sadržaj koji generišu korisnici je jedan od najboljih načina da privučete ljude da se bave vašim poslom. U stvari, 86% ljudi je reklo da su se zainteresovali za određenu lokaciju nakon što su videli sadržaj koji su generisali drugi korisnici.

Društveni mediji su u velikoj meri vizuelni, a turistička industrija ovde nudi laku pobjedu, pa gde god da objavljujete, uverite se da koristite privlačne fotografije i prelepe video

zapise da biste privukli pažnju i istakli svoju poruku. Želite da ljudi tačno zamisle kakav je osećaj biti na lokaciji koju promovirate – vizuelni prikazi će vam pomoći!

Neka stvari budu jednostavne, nezaboravne, korisne i zabavne. Bilo da putuju zbog posla ili iz zadovoljstva, ljudi žele da se dobro provedu. Ako uživaju u vašem onlajn sadržaju, veruju da će uživati i u usluzi koju pružate.

Vaša industrija je sezonska, tako da vaše poruke moraju biti pravovremene i relevantne. Dajte novosti o tome šta se trenutno dešava u vašem poslu, ali i razmislite o tome kada će kupci doneti odluku o kupovini.

86%

Ljudi je reklo da su se zainteresovali za određenu lokaciju nakon što su videli sadržaj koji su generisali drugi korisnici



Influencer marketing

Influenseri - osobe koje imaju tu moć da utiču na kupovne odluke drugih ljudi zbog njihovog (stvarnog ili pretpostavljenog) autoriteta, znanja ili položaja na društvenim mrežama. Influenser može da unapredi vaš turistički biznis.

Turističke zajednice, stručnjaci za putovanja, velike kompanije za slobodno vreme i preduzetnici u sve većem broju ostavljaju svoj trag na društvenim mrežama. Dakle, ako razmišljate o saradnji sa uticajnim turistima i stručnjacima, nikada nije bilo boljeg vremena za to.



1. Razmislite o tipovima uticajnih u turizmu koji mogu najviše pomoći u vašim ciljevima.

Izaberite svoje ciljne regione. Iskoristite znanje i pratiocce istaknutih korisnika društvenih medija i blogera u ovoj oblasti. Napravite listu kontakata i odredite joj prioritet.



2. Aktivno se interesujte za ono što influenseri objavljuju i sa kim komuniciraju.

- Ko ih prati?
- Šta dele?
- O čemu NE pričaju.
- Koji ton koriste u komunikaciji?
- Da li su pokazali znake da su im potrebne usluge ili proizvodi koje biste mogli da im ponudite?
- Koliko je njihov posao zreo?
- Da li su vaši konkurenti već na njihovim listama praćenja?



3. Počnite da komunicirate sa njima bez upotrebe teške prodaje.

Kao i svi dobri radni odnosi, izgradnja poverenja i interakcija se oslanjaju na zajedničku osnovu, međusobno poštovanje i saradnju. Reagujte na njihove postove i delite njihov sadržaj. To je suptilna forma, ali ako koristite pravila oflajn upoznavanja, možda ćete moći da se postepeno integrišete u krugove kojima težite. Dajte ovoj aktivnosti vremena! Razmislite o organizovanju sopstvenih događaja kako biste okupili ljude koje želite da upoznate.



4. Delite i kreirajte sadržaj o temama kao što su putovanja i gostoprimstvo kako biste privukli ovu ciljnu publiku.

Ovo zahteva više truda i može biti sporo, ali će povećati vaš profil u regionalnom turističkom sektoru po vašem izboru. Pokazivanje vašeg znanja i uvida može vas pozicionirati kao stručnjaka ili svež glas sa novom perspektivom. Predstavljanje lokalnih preduzeća je odličan način da se povežete sa njihovim krugovima i da se vaš sadržaj širi na pravim mestima.



SAVETI ZA VOĐENJE USPEŠNE BIZNIS STRANICE NA FACEBOOK-U

Redovno postujte, ali bez preterivanja. Odredite nedeljni broj postova i trudite se da ga ispoštujete.

02

Budite kreativni, prilikom odabira fotografija, pisanja naslova, pisanja tekstova. Ne postujte uz fotografiju predugačke tekstove.

04

Pratite razvijanje vaše stranice i zaključite kada je najbolji tajming za objavljivanje postova. Trudite se da objavljujete u to vreme.

06

Za plaćene reklame koristite Ads Manager, bez obzira što je mnogo lakše jednostavno kliknuti na Boost post.

08

Ukoliko ne možete izdvojiti novac za agencije, fotografe, copywriter-e itd, uključite u priču neke od prijatelja koji su kreativniji od vas, koji lepo pišu i prave lepe fotografije.

01

Komunicirajte sa svojim fanovima. Odgovarajte na poruke i komentare u najkraćem roku, profesionalno i sa poštovanjem. Postavljajte pitanja.

03

Koristite mogućnost video marketinga na ovoj mreži, ispoštujte sva pravila i savete koje smo opisali u vezi sa ovom temom.

05

Nikada ne ulazite u konflikte prilikom komunikacije. Naučite da i na loše komentare date profesionalan odgovor, i da loš komentar preokrenete u svoju korist.

07

Budite svesni toga da Facebook i dalje spada u najjeftinije vidove marketinga, sa odličnim efektima, ali i da “najjeftinije” i “besplatno” nije isto.

09



SAVETI ZA VOĐENJE USPEŠNE BIZNIS STRANICE NA INSTAGRAM-U

Nemojte objavljivati po svaku cenu. Bolje je propustiti neki planirani termin za objavu nego objaviti loš post. Ono što se ne sviđa vama, sigurno se neće dopasti na vašim pratiocima.

02

Ispričajte priču o svom brendu. Slika jeste osnova Instagrama, ali je tekst ispod slike jedna od ključnih komponenti uspeha. Budite interesantni, kreativni i vodite računa o pravopisu i gramatici.

04

Koristite heštegove, ali se potrudite da to ima smisla, da budu povezani sa vašim poslom, a onda i sa konkretnom fotografijom. Koristi i mane hashtagova smo već obradili.

06

Koristite Editorial Calendar, pomoći će vam pri kreiranju plana postova za duži vremenski period. Ne držite ga se po svaku cenu, jer stranica mora biti i spontana i mora koristiti trenutne, nekad i dnevne teme i dešavanja.

08

Koristite opciju Instagram Stories. To je najveća promena na ovoj mreži od kada je nastala. I pokazuje odlične rezultate. Jedan potpuno drugačiji način za predstavljanje od klasičnog.

01

Neka vaš profil bude kombinacija profesionalnih i amaterskih fotografija. Ispričajte svoju priču kroz fotografiju. Koristite neki od preko 20 filtera koje Instagram nudi. Aplikacija "Snapseed" je jedna od najboljih za obradu fotografija.

03

Interakcija sa publikom je obaveza. Svoju bazu pratilaca gradite polako i organski. Izgradite svoj sistem po kome ćete zapraćivati, lajkovati i komentarisati određene sadržaje. Ne lajkujte smešne pande ni gole tete.

05

Nikada ne ulazite u konflikte prilikom komunikacije. Naučite da i na loše komentare date profesionalan odgovor, i da loš komentar preokrenete u svoju korist.

07

Instalirajte neku od aplikacija koje prate analitiku koja se tiče toga koliko vas je ljudi u nekom periodu zapratilo ili otpratilo. Ne koristite to u svrhu da otpratite i vi onog koji je otpratio vas, već da saznate kog dana vas je na primer otpratilo najviše ljudi, da onda vidite šta ste tog dana postavili i pronađete u tome grešku.

09



Zaključak

Život u turizmu nisu samo plaže, sladoledi i tobogani.

To je složen sektor često u milosti i nemilosti sezonskih i vremenskim prilika, ekonomije, svetskih kriza, nacionalnih događaja, školskih praznika itd.

Pokažite da ste voljni da izgradite bolje razumevanje i empatiju za ovaj jedinstveni izazov i da ćete pronaći mnogo mogućnosti da povećate sopstveni uticaj i stručnost.

Digitalni marketing ima bezbroj vidljivih prednosti u odnosu na tradicionalni marketing.

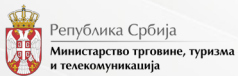


Svako ko ovaj vodič prođe sa razumevanjem svakako će imati podlogu na kojoj će moći da se usavršava, moći će da razume ovaj realno konfuzan sistem u kome se stvari prepliću, imaće mogućnost da odmah počne sa radom, i da odmah ostvari komunikaciju sa sadašnjim i potencijalnim klijentima.



Regionalna razvojna agencija
Braničevo – Podunavlje

Regionalna razvojna agencija “Braničevo-Podunavlje” doo
Stari korzo 30/3, 12 000 Požarevac,
tel: +381 12 510 824,
office@rra-bp.rs, www.rra-bp.rs



Podršku konkurentnosti i razvoju turizma u regionu Braničevo-Podunavlje” podržao je projekat “#EUzaTebe – za kulturno nasleđe i turizam” koji finansiraju Evropska unija i Vlada Savezne Republike Nemačke, a sprovodi Nemačka organizacija za međunarodnu saradnju GIZ. Regionalna razvojna agencija “Braničevo-Podunavlje” doo je isključivo odgovorna za sadržaj i on ne predstavlja stavove Evropske unije, Vlade SR Nemačke, i GIZ-a.