



Владимир ХОМЕНКО

РЕКЛАМА НА ПРОЖИВАНІИ

Для продвижения услуг отеля можно тратить финансовые средства, а можно делать это нестандартным способом. Способов существует и появляется множество. Все ограничивается лишь фантазией или, как принято говорить, креативом маркетологов

Нестандартная акция

Маркетологи и рекламисты постоянно изыскивают новые инструменты для продвижения услуг. Среди них иногда попадаются довольно интересные. Не всегда они имеют колоссальный эффект, но это вовсе не означает, что не надо предпринимать ничего нового, а продолжать идти накатанным путем.

Скажем, что нового в том, чтобы рассчитаться за услугу не деньгами, а товаром или другой услугой? На первый взгляд, это может показаться наивным — зачем изобретать велосипед, если есть проверенный и действенный механизм расчета: деньги — услуга. И на всякий товар есть свой покупатель.

Среди потребителей товаров и услуг всегда есть определенное количество тех, кто являются пионерами — в плане апробирования на себе новых предложений, нестандартных решений. Именно такие потребители являются целевой аудиторией маркетинговых акций. Для маркетологов они интересны, как минимум, по двум причинам. Во-первых, они легко принимают эти предложения, во-вторых, являются своеобразными провайдерами этих услуг в широкой массе потребителей. Это люди активные, достаточно коммуникабельные. Эти их качества могут быть использованы для достижения большего охвата целевой аудитории. Суть акции, о которой пойдет речь, была настолько оригинальной и интересной, что о ней упоминали известные СМИ, например, английские издания The Guardian, The Telegraph, радио BBC.

В мире есть многочисленная категория туристов, которая во время путешествия во главу угла поездки ставит не роскошные отели или рестораны, а возможность познакомиться со страной или отдельными ее регионами, с людьми, побывать на экскурсии, обучиться ремеслам и т. д.

Для этой категории интересны небольшие отели формата B&B (bed and breakfast) — когда средство размещения предлагает постояльцам услуги ночлега и завтрака. Все остальное время потенциальные гости проводят вне

стен отеля. Для таких туристов, по инициативе итальянского портала бронирований bed-and-breakfast.it, была придумана и разработана неделя бартера — La Settimana del Baratto. Поводом к ее созданию послужило то, что администраторы сайта увидели, как одна из сделок по бронированию отеля прошла на бартерной основе. Это натолкнуло их на мысль, что желание некоторых путешественников отправиться в путь сдерживает элементарная нехватка средств.

Учитывая то, что удельный вес расходов на проживание составляет львиную долю затрат всего путешествия, они решили снять это бремя с бюджета потенциальных гостей. Видимо, отельеры все просчитали и подумали о том, что в невысокий сезон можно получить за проживание в пустующем отеле ликвидные услуги или нужный товар. К тому же туристы все равно тратят деньги на увлечения, развлечения и питание. Что выгодно местности, в которой расположен отель. Таким образом, эта акция является своеобразным магнитом, притягивающим активных туристов. В 2018 году она проходила уже в десятый раз.

Суть акции состоит в следующем. На портале регистрируются гостиницы, размещают информацию о себе, в том числе фотографии, описание гостиницы, цены на проживание. Кроме того, отель информирует о том, какой вид услуг или товаров может быть предложен постояльцем в качестве оплаты проживания. В свою очередь, потенциальные постояльцы, если им приглянулся отель, могут выйти со встречной инициативой и предложить отелю свои товары или услуги. Если сделка состоялась — тогда можно, уточнив даты, отправляться в этот отель. Срок акции выпадает на третью неделю ноября. Это уже невысокий сезон, поэтому, видимо, именно это время, когда спрос «проседает», и было выбрано для проведения акции.

Некоторые отели вполне могут переносить действие акции и на другие даты. Это является ответом на вопросы гостей, заинтересовавшихся бартерной услугой и готовых приехать на условиях отеля в другое время, «неакционное». Поэтому постояльцы обращаются не только во время проведения акции. По согласованию с менеджментом отеля, это могут быть другие даты, в которые отель готов принять постояльца на бартерных условиях. Для участия непосредственно в акции был создан сайт barterweek.com. Сами организаторы акции отмечают, что за всю историю ежегодного проведения акции не было серьезных проблем ни со стороны отелей, ни со стороны гостей. Учитывая поступающие запросы от гостей в «неакционный» период, есть задумка сделать раздел, в котором будут перечислены отели, принимающие бартерные предложения круглогодично.

ГОВОРЯ ЯЗЫКОМ СТАТИСТИКИ, УЖЕ В ПЕРВЫЙ ГОД ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ SETTIMANA DEL BARATTO, В 2009 ГОДУ, СРЕДИ ПРЕДЛОЖЕНИЙ V&V ФИГУРИРОВАЛО ОКОЛО 400 ОТЕЛЕЙ. К 2018 ГОДУ ЭТО ЧИСЛО УДВОИЛОСЬ. В ПРОШЛОМ ГОДУ БЫЛО ОБРАБОТАНО И УДОВЛЕТВОРЕНО ОКОЛО 10 ТЫС. БАРТЕРНЫХ ЗАЯВОК.

Сайт рассказывает о самой акции бартерной недели, и содержит краткую информацию об участниках. В прошлом году в акции приняли участие отели более чем из 60 стран мира. Больше половины отелей – участников акции — итальянские. Также свои отели представили Великобритания, США, Швейцария, Ирландия, Болгария, Франция, Индия, ЮАР, Филиппины, Таиланд. Среди участников акции были и два украинских хостела.

Зарегистрированные отели – участники могут загрузить на сайт фотографии об акции, ее описание и установить баннеры.



Клара Коралло, маркетинг-менеджер Bed-and-breakfast.it, рассказала следующее: «Идея создания сервиса по бартерному размещению гостей возникла еще 10 лет назад. Мы увидели, что, некоторые V&V на Сардинии предлагают гостям поселиться в отеле в обмен на товары или услуги, без исполь-

зования денег. Эта инициатива нас заинтересовала и мы подумали — почему бы не предложить этот формат большому количеству отелей, не рассказать о нем подробнее.

Так и родилась идея недели бартера. О нашей акции писали многие СМИ, благодаря чему движение стало более популярным. Это давало определенный резонанс в разных странах. После 9 лет успешной работы мы решили экспортировать этот формат, привлекая гостиницы других стран. Среди наших участников было более полутысячи отелей со всего мира. Мы очень довольны нашей инициативой, и приглашаем присоединяться к ней всех желающих, в том числе и отели из Украины».

Чего хотят V&V

Говоря о предложениях отелей, участвующих в акции, у каждого читающего эти строки отельера наверняка возникает вопрос: если бы я участвовал в акции — что бы мог «захотеть»? Возможно, вы сразу и не придумаете — какое условие можно было бы предложить потенциальным гостям, насколько оно было бы интересным для них и конкурентным по сравнению с предложениями других отелей. Долго задумываться и впадать в формальности не стоит. Лучше ознакомьтесь с некоторыми предложениями, выдвигаемыми отелями. Судя по ним, создается впечатление, что они не столько хотят привлечь гостей, сколько развлечься. Однако выдвигаемые предложения все же порождают определенный спрос.

«Запросы бывают самые разные и необычные, — рассказывает Клара Коралло. — Например, уроки по приготовлению пиццы, предложенные одним из французских ведущих. Итальянский хозяин виллы хотел получить от гостей древние серебряные вилки. Владелец отеля из Америки, видимо, собирает книги, поскольку именно их хотел получить от гостей. Владелица виллы в Тоскане заказывала гостям велосипед для очень высокого человека (видимо, для мужа). Но самые необычные — это различные большие предметы для улицы — вазоны для цветов, статуи и т. д.»

Мы провели короткий мониторинг и нашли следующие предложения.

Отель Casa Di Lia (Рим) расположен в центральной части столицы Италии, недалеко от станции метро. Отель позиционирует себя как «престижное жилье, которое вызывает в воображении острые ощущения прошлого, это резиденция с уникальным оригинальным стилем». Расположение в центральной части города, но в тихом месте, рядом с ландшафтным парком, дает возможность знакомиться с городом, не тратя средства и время на поездки, поскольку многие достопримечательности находятся в пешей доступности. Для гостей предлагается 4 места на бартерных условиях.

Что же хочет получить отель? В списке желаний — сиамский котенок, две разноцветные акустические стереосистемы со встроенными усилителями Technica (называется желаемая модель), обученный ястреб, телескоп.

Отель Anastagi расположен в районе, известном своими SPA-курортами (Терме-ди-Пунта-Марина) в живописном городе Равенна, богатом археологическими памятниками и зданиями, обладающими

большой архитектурной ценностью, в тихом месте «для наслаждения потрясающей панорамой, в самом центре города». Anastagi — престижное предложение, которое вызывает в воображении острые ощущения прошлого. Предложение действовало только в период бартерной недели. На 11 гостей, которым предлагалось разместиться в апартаментах на 4, 5 и 3 человека. Среди удобств — бесплатный Wi-Fi, различные варианты ванной комнаты (отдельная, общая), отапливаемые и кондиционируемые номера, автостоянка, большие террасы.

Видимо, в соответствии со своей концепцией отель выдвигает в качестве заказа предметы старинной мебели, зеркала, старые двери из массива дерева 40–70-х годов прошлого столетия, кресла, настольные и прикроватные лампы. Любитель старины из этого отеля предлагает присылать фотографии, по которым он сможет определить — насколько ему интересно то или иное предложение.

Villafranca Tirrena. Мы всего в 30 метрах от моря! В 10 минутах от Мессины и в 10 минутах от Милаццо.

Разносторонние интересы владельцев отеля простираются от новой или полуновой мотоциклетной кожаной амуниции для женщин, включая черный шлем, до калабрийского или сицилийского оливкового масла свежего урожая, колбас, сыров и свежеевляемого мяса. Содержится перечень пород собак, щенков которых хозяева хотели бы заполучить. Есть и предложения, которые больше популярны в среде серферов (обмен жильем на короткое время) — запрос на обмен проживания на выходные в Швейцарии, Австрии, Германии, Англии.

Для удобства поиска гостей все средства размещения классифицируются на сайте по территориальному принципу. Выбрав интересующий регион, гость может выбирать, что ему больше по душе — небольшая вила на берегу моря, апартаменты в исторической части одного из городов, загородная вила с сельскохозяйственными угодьями вокруг. Есть и другой рубрикатор. Он удобен как для гостей, так и для самих средств размещения, поскольку бартерные предложения систематизированы здесь по принципу видов товаров или услуг.

Классификатор включает следующие разделы:

- Животные и аксессуары
- Антиквариат
- Бытовая техника, электроника
- Коллекционные товары



- Продукты питания
- Музыкальные инструменты
- Мебель и фурнитура
- Игрушки, новогодние украшения
- Обмен

Среди услуг, которые хотели бы получить отельеры — ремонт помещений, уход за зданием, уборка урожая, работа на кухне, обучение языку или игре на музыкальных инструментах, сеансы массажа и т. д.

Это неполный список товарных пожеланий и желаемых услуг. Изобретательности и креативу нет предела, поэтому отраженные на сайте предложения будут пополняться и расширяться. В том числе этот классификатор будет подпитываться и предложениями самих гостей.

Что предлагают гости

Администраторы сайта рекомендуют будущим гостям, если они не нашли подходящего для себя предложения со стороны гостиницы, не стесняться и самим выдвигать собственные предложения тем отелям, которые им приглянулись. Вполне вероятно, что после обсуждения это предложение будет одобрено принимающей стороной и сделка состоится.

В разделе часто задаваемых вопросов, на один из них — что я могу предложить отелю — администратор отвечает, что обменять в разумных пределах можно все, что угодно. Лишь бы это нормально воспринималось окружающими, не противоречило закону. Одним словом, отвечало логике здравого смысла. В качестве подсказки гостям, после выбора интересующего региона, гостиницы, предлагается ознакомиться со списком предложений. Если подходящее для себя не будет найдено — можно сформировать собственное. Дается и небольшая подсказка.

В соответствии с ней, многие объекты V&V нуждаются в качественных видеороликах, фотографиях, репортажах, которые потом «разгоняются» по соцсетям. Актуальны предложения по техническому обслуживанию, косметическому ремонту зданий и помещений. Интересным будет для гостиницы прием у себя блогера, который не только напишет, сфотографирует виллу или домик у моря и снимет видеоролик, но и разместит потом его на своей страничке и предложит перепостить его своим подписчикам.

На сайте бартерной недели предложения от гостей также классифицированы по разделам, аналогичным приведенным выше. В то же время, если предложения гостя выходят за рамки указанных, он может отдельной кнопкой добавить собственный раздел и внести свое предложение. Вот лишь некоторые примеры.



Ванда Санчиони занимается хендмейдом. Она мастерит украшения из полимерной глины и готова научить изготавливать браслеты, ожерелья, броши, и другие ювелирные изделия в любом уголке Италии.



Итальянская пара готова ради проживания пожертвовать шубой большого размера или сырьем для пошива шуб.



Джессика Пьяца, бывшая владелица пиццерии, готова поделиться секретами менеджмента и выпечки пиццы, тортов и других кондитерских изделий.



Барбара Разотти предлагает профессиональные коммуникационные услуги для повышения узнаваемости в СМИ, маркетинг в социальных сетях и управления профилями социальных сетей.



Олимпия Витале готова проводить индивидуальные занятия для формирования правильной осанки и положения позвоночника при сидении. В арсенале ее занятий — упражнения на растяжение связок, снятия болевого синдрома, вызванного межпозвоночными грыжами.



Сальваторе Альборе готов был попрощаться со своим смартфоном стоимостью €130 ради двух дней проживания в выбранном отеле.

Как видно даже из перечисленных предложений, ни отельеры, ни гости особо не ломают голову, озвучивая свои предложения. Каждый идет на обмен с тем, с чем легко может расстаться. При просмотре большей части предложений даже становится несколько скучно. Поэтому администраторы предлагают проявлять творчество, выдумку при формировании предложений. Тогда у них будет больше шансов быть замеченными.

Восточноевропейские предложения

Наряду с итальянскими и предложениями из других стран мира, в «бартерной схеме» принимали участие небольшие отели и хостелы из Молдовы, Беларуси, стран Балтии. Были предложения и от украинских хостелов — из Львова и Одессы.

Алена Лапенко, коммуникационный менеджер сети DREAM Hostels, говоря о начале участия в акции, рассказывает следующее: «Это получилось совершенно случайно. У нас европейская сеть, и я стараюсь следить за тем, что происходит в отельной сфере не только на украинском рынке, но и за рубежом. Сама площадка Barter Week делала публикации на интернет-ресурсах The Guardian и Daily Mail Online о том, что скоро начнется эта акция, и в ней могут принять участие гостиницы и хостелы со всего мира.

Увидев эту новость, мне захотелось поделиться ей с командой. Так мы начали думать о том, что было бы здорово, чтобы на карте участников акции появились и украинские представители. Акция заинтересовала меня и моих коллег своей концепцией. Barter Week — мероприятие, которое проводится создателями ита-

льянского сайта по бронированию отелей Bed and Breakfast. В 2009 году ребята запустили ежегодное мероприятие *Settimana del Baratto*, во время которого маленькие отели предлагали пожить у них бесплатно в обмен на выполнение работы в гостинице».

Работа зависит от умений человека, будь то кран починить, плитку положить или убрать номера. Пик мероприятия пришелся на 2016 год, когда участие в проекте приняли 2 000 гостиниц, и тогда же появилась отдельная площадка *Barter Week*. Теперь сайтом пользуются объекты, которые принимают бартер в течение всего года.

«Мы подумали, если весь мир участвует в этом мероприятии, то будет здорово, что в акции примут участие не только одиночные и маленькие объекты размещения, но и большие игроки на рынке, как сеть, — продолжает Алена Лапенко. — Кроме того, нас зарядила идея, что не обязательно иметь много денег, чтобы путешествовать, это доступно всем. А именно хостелы наиболее доступны для путешественников, и мы считаем своим долгом поддерживать такие инициативы. Мы зарегистрировали два объекта из сети: во Львове и Варшаве».

В то время сети не хватало хороших фотографий и видео о хостелах. Поэтому предлагали бесплатное проживание в обмен на съемку видео о гостях хостела. В анкете указывали, что гость может сам предложить любой другой навык или умение, если видеосъемка — не его призвание. В прошлом году сеть *DREAM Hostels* впервые приняла участие в акции. Трафик в социальных сетях или на сайте не увеличился, поскольку вся коммуникация с будущими гостями проходит исключительно через систему сайта *Barter Week*.

«По итогу участия, — рассказывает Алена Лапенко, — мы приняли 10 гостей, 6 из которых приехали во львовский хостел, а остальные в Варшаву. У нас была определенная просьба касательно видео и фото контента, часть гостей именно это и выполнили. Другая часть предлагала то, что умеет. Например, во Львов к нам приехали две студентки. Одна из них испекла для работников хостела торт, а другая сделала нам своими руками новые горшочки для цветов. Такого, чтобы кто-то приехал и отказался от задания, не было. Заранее было оговорено, что человек делает по приезду и, как правило, это было какие-то хобби для него. Это отразилось немного и на узнаваемости сети, поскольку о нашем участии в этой акции написали некоторые медиа.

Алена Лапенко подтверждает участие в неделе бартера и в нынешнем году, а коллегам советует: «Лично от себя я бы порекомендовала не надеяться, что это принесет большую узнаваемость или всплеск продаж.

ОТ РЕДАКТОРА

Бартерная инициатива если даже известна среди украинских отельеров, то участвовать в ней они пока не спешат. А зря. Для небольших отелей, которыми управляют сами хозяева, эта инициатива принесла бы и узнаваемость, и новых гостей, и рекламу в разных странах посредством «сарафанного радио». Тем более, что низкий сезон бывает как в приморской полосе, так и в Карпатах. К тому же учитывая кадровый голод, можно было бы привлечь к выполнению отдельных небольших работ гостей. В силу небольшого их объема штатных сотрудников нанимать не имеет смысла, а гости могут помочь на взаимовыгодной основе. Временные работы взамен проживания — почему бы нет?

Это делается для того, чтобы стать ближе к путешественникам и разрушить границу между отелем и бюджетным путешественником. Нашей команде это дало новый опыт, вдохновение и море энергии от общения с новыми гостями. Мы надеемся, что люди, которые у нас остановились, тоже получили новый опыт и познакомились с жизнью в хостеле. Сейчас хостельная культура в Украине только развивается, но мы очень стараемся рассказать людям, как это удобно и классно в путешествии».

В акции принимал участие и одесский хостел *Friday*. **Артем Дмитриченко, управляющий хостелом**, поделился участием в акции: «Это предложение заинтересовало нас своим нестандартным подходом, когда гость за проживание оплачивает какой-либо услугой, которая принесет пользу хостелу и его гостям. Мы хотели привлечь и новых путешественников, которые не готовы оплачивать проживание, но с радостью готовы были сделать что-то полезное. Хостел участвовал в *Barter Week* в прошлом году, мы получили несколько заявок. Кто-то сделал видео для хостела, кто-то предлагал услуги по уборке взамен на проживание. При среднегодовой загрузке в 75 %, на количестве платных гостей участие в акции не отразилось. Но коллегам хочется посоветовать — пробуйте, экспериментируйте. Любое нестандартное решение — это что-то интересное. Как минимум, хороший опыт и новые знакомства». **AT**