

# EUROPEJSCY HOTELARZE NIE DOCENIAJĄ MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH



Bez wątpienia media społecznościowe mają coraz większe znaczenie w różnych aspektach naszego życia. Niestety europejskie hotele w przeciwieństwie do obiektów z USA i Bliskiego Wschodu wciąż lekceważą to narzędzie promocji w Internecie.

Nieco ponad 20% czasu spędzanego w sieci, internauci na całym świecie poświęcają mediom społecznościowym, w związku z czym nie należy lekceważyć ich marketingowego potencjału.

Niestety jednak nie wszyscy hotelarze rozumieją znaczenie tej platformy marketingowej, nie wierząc w odpowiedni ROI oraz w to, że promocja na Twitterze, Facebooku, czy Tripadvisorze może być skuteczna.

Sukces osiągnięty przez hotelarzy z USA i Bliskiego Wschodu sugeruje, że właściciele europejskich hoteli powinni podążać ich śladem. **Z raportu opublikowanego przez eHotelCheck wynika bowiem, że europejskie hotele nie wykorzystują w pełni potencjału mediów społecznościowych.**

Pomimo, że większość europejskich hoteli wciąż polega przede wszystkim na tradycyjnych formach reklamy, to ich klienci mnóstwo czasu spędzają w Internecie i zwykli polegać np. na opiniach swoich znajomych na Facebooku.

Za ten stan rzeczy najprawdopodobniej odpowiada brak wiary i zaufania menadżerów europejskich hoteli do mediów społecznościowych.

Choć to wydaje się dość zaskakujące, to większość hotelarzy z Londynu, Paryża i Rzymu nie korzysta z mediów społecznościowych. **Z kolei San Francisco, podobnie z resztą jak i Dubai przodują w tym aspekcie marketingu.**

Wydaje się jednak, że to tylko kwestia czasu kiedy europejskie hotele masowo zaczną pojawiać się na Facebooku i Tripadvisorze, gdyż jak widać potencjał marketingowych ów mediów jest bardzo duży.

Date: 2012-02-20

Article link:

<http://www.tourism-review.pl/europejscy-hotelarze-nie-doceniaj-mediow-spoecznościowych-news3124>