

Владельцы европейских отелей пренебрегают рекламой в социальных сетях



В наши дни, **социальные сети** занимают устойчивую позицию в жизни многих людей. Однако, владельцы **европейских отелей** недооценивают возможность **пиара** в социальных сетях, в отличие от их американских и ближневосточных коллег.

Более чем 20% людей всего мира проводят своё свободное время в интернете, чаще всего в **социальных сетях**. Поэтому их важность в маркетинге не стоит недооценивать.

Однако, не все владельцы **гостиниц** считают, что реклама на **Twitter, Facebook** или **Tripadvisor** может принести результаты, ссылаясь на то, что это «пустая трата времени».

Сейчас европейцы могут лишь позавидовать успеху хозяев американских и ближневосточных отелей. **Компания eHotelCheck.com** недавно отметила пару факторов, из которых стало ясно, что владельцы европейских гостиниц зря пренебрегают использованием социальных СМИ.

Несмотря на то, что европейские отели полагаются на **традиционные методы рекламы**, их клиентура много пользуется интернетом, особенно такими сервисами, как Facebook.

Многие **туристы** очень удивлены тому, что хозяева гостиниц в Лондоне, Париже и Риме все еще не используют **социальные сети**. В рейтинге наиболее рационального использования социальных сетей лидируют владельцы отелей в Сан-Франциско, а хозяева гостиниц в Дубай за последний год выбрали на 9-ое место.

Многие полагают, что такое отношение к **социальным сетям** – лишь вопрос времени, и уже скоро владельцы европейских отелей начнут размещать свои рекламные объявления на Facebook и Tripadvisor.

Date: 2012-02-20

Article link: <http://www.tourism-review.ru/european-hoteliars-fail-to-use-social-media-news3124>