

SOCIÁLNÍ SÍTĚ - DOBRÁ INVESTICE?



Sociální média mají vliv nejen na naše každodenní životy, ale ovlivňují i obchod a podle odhadů bude jejich vliv v nadcházejících letech ještě růst. Mnohí podnikatelé v cestovním ruchu - mezi nimi cestovní kanceláře a hotely - nová média přivítali. Jiní však zůstávají skeptičtí. Následující statistika ukazuje, jak efektivně mohou sociální média působit.

Air Asia je letecká společnost, která operuje převážně na jihovýchodě Asie. Díky správnému využití sociálních médií prodali během pouhých dvou dnů přes 800 000 letenek.

Expedia zase zaznamenala díky sociálním médiím, zejména Facebooku, nárůst počtu rezervací o 70 000, a to během dvou měsíců. Také návštěvnost jejich stránek zaznamenala zlepšení. Podle provozovatele Compete po nich potenciální zákazníci brouzdají o 156% času déle. Podle průzkumu Compete navíc zhruba 75 % uživatelů uvádí, že stránka na Facebooku je může v důsledku přesvědčit k nákupu.

Společnost **Mary Kay**, která se specializuje na prodej pleťové kosmetiky a BlogHer, online komunita pro ženy, zaznamenaly na svých stránkách díky sociálním médiím 260% nárůst zájmu o své produkty.

Podle studie **Lab42** mění více než 50 % lidí své cestovní plány podle toho, co se dozví na sociálních sítích. A 43 % z těch, co změnili plány, si dokonce vybrali úplně jiné hotely a letoviska.

Návratnost investic do sociálních sítí se dá měřit hned několika způsoby. Mezi základní metody, jak zjistit stav přímých rezervací patří generace Promo kódů a zavedení zvýhodněných sazeb pro uživatele sociálních sítí. Týmy, které se na využití sociálních sítí zaměřují, zaznamenaly velký úspěch s vytvářením událostí na Facebooku, které upozorňují uživatele na to, co se děje v hotelech a podobných zařízeních. Také Twitter může přinést vyšší zisky a zároveň poskytuje způsob, jak sledovat návratnost investic. Hotely většinou nabízejí zákazníkům, kteří je sledují na Twitteru, slevy na jídla a nápoje.

Ostatní aktivity na sociálních médiích se ale už tak dobře sledovat nedají. Dá se ovšem předpokládat, že jelikož 70 % lidí sdílí během dovolené data na sítích, jejich přátelé a příbuzní vidí, kde jsou a jaké produkty využívají. Nedá se ale zabránit virálnímu marketingu.

Sociální média nabízejí spousty dalších možností, jak zjistit návratnost investic, například průzkumy trhu nebo zpětnou vazbu od uživatelů a zákazníků. Jsou společnosti, které tato média využívají pro zákaznickou podporu a servis. Například některé letecké společnosti zaměstnávají týmy 10 i více lidí, aby odpovídali zákazníkům na Twitteru a pomohli tak přetěžovaným telefonním operátorům. Ze statistik jasně vyplývá, že investice do sociálních sítí se vždycky vyplatí. Přinese větší počet rezervací a určitě pomůže získat pozornost zákazníků.

Date: 2012-11-05

Article link: <https://www.tourism-review.cz/socialni-site-generuji-vetsi-zisky-news3452>