**Интернет-продвижение туристского предприятия**

Интернет-реклама является неотъемлемой частью успешного туристского бизнеса. Она разнообразна по видам продвижения:

* контекстная реклама – это формат, при котором объявления показываются пользователям в зависимости от их текущих поисковых запросов или контента, который они просматривают;
* баннерная реклама и пр.
* email-маркетинг – рассылка информационных писем и новостей;
* SEO – внутренняя и внешняя поисковая оптимизация сайта;

Также активно используются социальные медиа, т.е. платформы, контент которых создается самими пользователями: социальные сети, форумы, блоги, сайты с отзывами, сервисы видеохостинга и пр. В социальных сетях эффективной является таргетированная реклама, которая настроена под конкретную целевую аудиторию (возраст, пол, интересы).

Для достижения наилучших результатов рекомендуется комбинировать несколько подходов, учитывая специфику целевой аудитории и финансовые возможности компании.

**Практическое занятие по работе с интернет-рекламой турпредприятия**

1. Проанализируйте на примере одного из туроператоров по внутреннему туризму:

* какие виды продвижения в интернете использует компания;
* по каким поисковым фразам вы находите их предложения.

1. Представьте себя владельцем только что созданного турагентства. Вместо передачи рекламной кампании сторонним студиям Вы самостоятельно анализируете рынок, выбираете оптимальные форматы продвижения и точечно настраиваете каждый рекламный канал, контролируя бюджет и результат.

- изучите отдельные виды интернет-продвижения турфирмы и заполните следующую таблицу:

**Сравнительный анализ стоимости интернет-рекламы турагентства**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид интернет-рекламы | Стоимость (от … руб. в месяц) | Наименование рекламного агентства/фрилансера |
| Баннерная |  |  |
| Контекстная |  |  |
| …. (еще 3-4 варианта) |  |  |
| **Итого:** |  |  |

- каким образом можно уменьшить расходы?

1. Какие варианты комплексного продвижения турагентства и с каким бюджетом представлены в сети?
2. Проанализируйте, в каких социальных сетях и почему максимально представлены предприятия туриндустрии.
3. Какие крупнейшие туристические форумы и сайты с отзывами Вы знаете? Найдите их ИКС на бесплатных сервисах аудита сайтов (по 3-4 примера к каждой категории).

**Туристические форумы и сайты с отзывами**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название форума | URL | ИКС | Особенности |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

1. Какие предприятия туриндустрии размещают свои видео на сервисах видеохостинга? Приведите примеры популярных видео.
2. Оцените стоимость продвижения предприятий туриндустрии в различных социальных медиа: что можно сделать бесплатно, а что потребует денежных вложений?

**Продвижение турпредприятия в социальных медиа**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Бесплатные варианты | Платные варианты | |
| Название ресурса/способа | Стоимость (от/период) |
|  |  |  |
|  |  |  |