



Το Facebook έχει έρθει για να μείνει στην καθημερινή ζωή μας με τους υπολογιστές, τουλάχιστον μέχρι να έρθει κάτι άλλο καλύτερο να το εκθρονίσει. Πολλά καταλύματα, από μεγάλα ξενοδοχεία πόλεως και τεράστια resorts μέχρι και ορεινούς ξενώνες πλέον «έχουν Facebook». Τα χειρότερα έχουν απλά το λογότυπο του Facebook στο site τους είτε καν χωρίς σύνδεση είτε με σύνδεση απλά στο Facebook. Τα καλύτερα παίρνουν κρατήσεις και αυξάνουν το διαδικτυακό τους τζίρο. Το Facebook λοιπόν δεν είναι άσπρο-μαύρο, είτε έχουμε είτε όχι, αλλά κάτι πολύ πιο σύνθετο. Το Facebook απαιτεί διαπεραστικότητα ανάμεσα στον ξενοδόχο και το κοινό που ενδιαφέρετε για το ξενοδοχείο. Αναλυτικότερα:

- Υπάρχουν διάφορες κατηγορίες παρουσίας ενός ξενοδοχείου. Θα δείτε ξενοδοχεία να έχουν προφίλ φυσικού προσώπου. Λάθος. Θα δείτε ξενοδοχεία να έχουν groups. Επίσης λάθος. Το σωστό είναι να έχετε funpage.
- Το funpage είναι κάτι που το δημιουργεί είτε ο ίδιος ο ξενοδόχος είτε εξειδικευμένος social media marketer. Δεν είναι κάτι που απλά σας το «φτιάχνει» ο web designer και μετά το αφήνετε στην τύχη. Αν το αφήσετε έτσι, θα σας αφήσει κι αυτό.
- Το funpage του ξενοδοχείου σας είναι για να «ανεβάζετε» πληροφορίες, φωτογραφίες και υλικό που θα ενδιαφέρει τους υποψήφιους πελάτες σας και θα ενισχύσει το branding του καταλύματός σας. Με το να λέτε κάθε μέρα καλημέρα, πράγμα σίγουρα ευγενικό στην πραγματική ζωή μας, δεν θα φέρετε κόσμο στο ξενοδοχείο αλλά μάλλον θα διώξετε κόσμο από το funpage σας.
- Το ξενοδοχείο σας πάντα βρίσκεται σε μια περιοχή. Καλό είναι να αναφέρετε ειδήσεις και γεγονότα που διοργανώνονται στην περιοχή σας για να καταλάβει ο υποψήφιος πελάτης τι δυνατότητες έχει. Ένα μουσικό φεστιβάλ, μια θεατρική παράσταση, η βράβευση ενός εστιατορίου της περιοχής, ένα αθλητικό γεγονός, μια πληροφορία για το λιμάνι ή το αεροδρόμιο της περιοχής βοηθάνε στο να περάσει προς τα έξω την εικόνα ενός προορισμού όπου «γίνονται πράγματα».
- Υπάρχουν funpages με πολλά μέλη. Εκμεταλλευτείτε το. Μπορείτε σε συνεργασία με άλλα funpages (για παράδειγμα το funpage ενός περιοδικού ή το funpage κάποιου συνεργάτη σας) να κάνετε διαγωνισμούς που θα φέρουν επιπλέον κίνηση στη σελίδα σας. Σκοπός σας είναι να έχετε πολλά μέλη και να υπάρχει κίνηση στη σελίδα σας.
- Προτρέψτε τους πελάτες σας (αυτούς δηλαδή που ήδη έχουν έρθει στο ξενοδοχείο σας) να «δημιουργήσουν» περιεχόμενο. Με ευγενικό και διακριτικό τρόπο (πχ στο thank you post check out email που θα τους στείλετε, με ένα έξυπνο αυτοκόλλητο που θα λέει join us on FB στην κάρτα για την κλειδαριά της πόρτας) ζητήστε τους να «ανεβάσουν» την εμπειρία τους από το ξενοδοχείο σας.
- Το Facebook είναι ένα κανάλι όπου μπορείτε να δημιουργήσετε και να διαχειριστείτε

την online φήμη σας. Μπορείτε κάθε μέρα να λέτε «καλημέρα» και να φεύγετε ή μπορείτε να λέτε «κοίτα τι ωραίο πρωινό που έχω με γιαούρτι από τον τάδε παραγωγό», «έλα και θα σου δώσω 10% έκπτωση στα ακτοπλοϊκά σου τον Σεπτέμβριο», «τον Αύγουστο στην πόλη μας θα γίνει η τάδε συναυλία», «δες φωτογραφίες από το χτεσινό θεατρικό που έγινε στο αμφιθέατρό μας».

- Το Facebook μπορεί να γίνει και κανάλι πώλησης. Τσεκάρετε πως το online booking engine που χρησιμοποιείτε έχει app για το Facebook έτσι ώστε να δίνετε τη δυνατότητα στον επισκέπτη της ιστοσελίδα σας να κάνει απ' ευθείας κράτηση στο ξενοδοχείο σας.

Το Facebook λοιπόν δεν είναι σαν την εγκυμοσύνη, είτε είμαστε είτε δεν είμαστε. Είναι σε τι βαθμό εμπλεκόμαστε μαζί του, τι κίνηση δημιουργούμε, τι ειδήσεις και φωτογραφίες ανεβάζουμε, πως το διαχειριζόμαστε. Το Facebook είναι διαδραστικό και απαιτεί καθημερινή ενασχόληση για να φέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα.

**Μάριος Κουνέλης**

**eSales & eMarketing Specialist for Hotels**

[www.fullybooked.gr](http://www.fullybooked.gr)