



SMM-стратегія та контент для готелю «Гірська Роса»

Від аналізу ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ до готових ПОСТІВ та сценаріїв STORIES. Кейс-портфоліо.

Ціль проєкту: Створити емоційний, "інстаграмний" образ готелю, підвищити впізнаваність бренду в соцмережах та забезпечити потік бронювань у низький сезон.

Tone of Voice (Тоніка): Дружній, затишний, преміальний, але без пафосу. Акцент на релаксі, природі та сервісі.

Цільова аудиторія:

1. **Сім'ї з дітьми:** Потрібна безпека, дитяча кімната, спокій.
2. **Пари:** Шукають романтику, SPA, чани, затишок.
3. **ІТ-спеціалісти:** Цінують швидкий Wi-Fi, воркейшн (робота+відпочинок) з видом на гори.

Структура та Системний підхід

Для просування було розроблено рубрикатор, який покриває всі потреби бізнесу та закриває заперечення клієнтів:

- **Рубрика "Lifestyle" (40%):** Створення атмосфери (світанки, кава на терасі, вечори біля каміна).
- **Рубрика "Wellness/SPA" (25%):** Просування додаткових послуг (чани, лазня, масаж, басейн).
- **Рубрика "Sales" (20%):** Прямі продажі (акції, спецпропозиції, заклики до бронювання).
- **Рубрика "User Content/FAQ" (15%):** Робота з довірою (відгуки гостей, відповіді на часті питання про парковку, харчування).

1	Тиждень	День	Тип контенту	Тема поста та ключовий посил	ТЗ для Stories (що знімати)	Хештеги
2		1 Пн	Lifestyle	Марія ранку в горах. Про естетику та сніданки.	Процес заварювання кави, панорама.	#капати #буковель #відпочинок
3		1 Вт	Користь	Як доїхати до нас без авто. Логістика.	Скріншот карти, відео дороги.	#travelukraine #гори
4		1 Ср	Interactive	Оберіть свій номер. Огляд Junior та Lux.	Опитування "Який вид краще?".	#дизайн #готель
5		1 Чт	Wellness	Чим корисні чани?. Про здоров'я та релакс.	Пара, вогонь під чаном, трави.	#спа #релакс #чани
6		1 Пт	Sales	План на вікенд. Заклик до бронювання.	Календар вільних дат.	#відпустка #вихідні
7		1 Сб	User Content	Відгуки наших гостей. Репости відміток.	Нарізка щасливих облич.	#відгуки #гості
8		2 Пн	Expert	Топ-3 місця поруч для фото. Локації.	Backstage зі зйомок.	#фотосесія #локація
9		2 Вт	Atmosphere	Вечір біля каміна. Затишок та вино.	Тріск дров, келих вина, плед.	#затишок #камін
10		2 Ср	FAQ	Відповіді на часті питання (Wi-Fi, парковка).	Текстові плашки з відповідями.	#faq #готельбуковель
11		2 Чт	Sales	Акція: -15% на проживання у будні.	Анімація зі знижкою.	#акція #знижка

Готовий контент.

Приклад продаючого поста (Рубрика Sales)



ТЕКСТ ПОСТУ (з абзацами та смайлами):

Втечіть від дедлайнів у гори! 🌲 Даруємо -15% на проживання у будні.

Ваш ідеальний «офіс з видом на смереки» чекає на вас. Швидкісний Wi-Fi дозволить працювати продуктивніше, а вечір біля каміна замінить будь-який серіал.

Чому варто обрати «Гірську Росу» для перезавантаження:

- ✅ Панорамні вікна з видом на Говерлу прямо з ліжка.
- ✅ Сніданки включені у вартість (Карпатські сирники — наша любов!).
- ✅ Власний SPA-комплекс та чани під відкритим небом для розслаблення після роботи.

🌟 Знижка -15% діє при бронюванні від 2-х діб у період з понеділка по п'ятницю.

Бронюйте свій релакс у Direct✉ або за посиланням у шапці профілю!
Кількість вільних дат на березень обмежена.

Stories-стратегія та Технічна оптимізація



Сценарій Stories-серії "Романтичний вікенд" (Приклад):

1. **Story 1 (Відео):** Backstage підготовки номера (пелюстки, вино). Текст: "Хтось готує сюрприз...❤️".
2. **Story 2 (Опитування):** Фото SPA-зони. Текст: "Який релакс виберете ви? Чани чи Масаж?". Варіанти: "Чани" / "Лазня".
3. **Story 3 (Заклик):** Фото пари біля каміна. Текст: "Остання вільна дата на вихідні. Бронюйте!". Кнопка "Написати Direct".

Хештег-стратегія (Приклад підбраного пулу): #карпати #буковель
#готелькарпати #відпочиноквгорах #спакарпати #говерла #bukovel
#travelukraine #відпустка #вихідні #шале #гориукраїни

ПІДСУМОК КЕЙСУ

Даний кейс демонструє комплексний підхід до SMM: від глибокого аналізу аудиторії до створення емоційного контенту, який продає не просто номери, а відчуття затишку та релаксу.

