

Юссра Лазрак, Аміна Ель Ідріссі Тіссафі, Рашід Букхаррази

Аналіз стратегій спільного створення цінностей для покращення онлайн-репутації в готельній індустрії: інсайти власників готелів міста Фес (Марокко)

У контексті швидкого розвитку цифрових технологій спільне створення цінності з клієнтами набуло значення як в науковій, так і в бізнес-сфері, особливо в готельній індустрії. Метою дослідження є аналіз інтеграції стратегій спільного створення цінностей для підвищення онлайн-репутації готелів з акцентом на активну участь клієнтів. За допомогою якісної стратегії дослідження було проведено напів-структуровані особисті інтерв'ю з двадцятьма менеджерами готелів з різних готелів міста Фес (Марокко). Тематичний аналіз даних інтерв'ю, проведеного з використанням програми NVivo 14, підкреслив важливу роль спільного створення цінності та клієнтського досвіду в підвищенні онлайн-репутації готелів. Ключові теми, визначені в рамках спільного створення цінностей, включають активну співпрацю, інновації, засновані на потребах клієнтів, та врахування онлайн-коментарів. Регулярні онлайн-опитування також були важливими для збору пропозицій клієнтів. З точки зору досвіду клієнтів, основними були такі теми, як залучення, задоволення та сприйняття. Управління онлайн-репутацією стало вирішальним, з такими додатковими темами, як моніторинг та реагування в реальному часі, впровадження зворотнього зв'язку в процеси вдосконалення, впровадження передових інструментів та стратегій онлайн-репутації на основі безперервного зворотнього зв'язку. Результати підкреслюють взаємозв'язок залучення клієнтів, досвіду та онлайн-репутації. Використання стратегій, які розглядають онлайн-коментарі та впроваджують передові інструменти, значно покращує онлайн-репутацію готелів. Висновки виступають за згуртований підхід, що надає пріоритет клієнтському досвіду та постійному вдосконаленню, завдяки інноваційним технологіям та стратегічним змінам для задоволення зростаючих потреб клієнтів, сприяючи позитивній та стійкій присутності готеля в Інтернеті.

Ключові слова: спільне створення цінності, онлайн-репутація, готельний менеджмент, досвід клієнта, інноваційні стратегії, адаптивність, цифрова трансформація

Класифікація JEL: L83, M31, O32



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.