

## Посты для гостиницы на месяц. Темы контент-плана в Инстаграм

### Продающие посты

Продающие посты в контент-плане гостиницы – важнейшая часть инстаграм-продвижения. Они не только приносят реальную прибыль, но и “приучают” целевую аудиторию, помогают расширить её. Хорошим вариантом продающего контента станет информация о предоставляемых услугах Вашей гостиницы, в том числе новых.

### Темы для продающих постов гостиницы:

- Преимущество номеров “Люкс” по сравнению с обычными
- 5 отличий нашей гостиницы, от которых говорят “вау”
- Двухкомнатные номера-квартиры: стоимость и условия бронирования
- Что говорят постоянные клиенты? Лучшие отзывы с вашими комментариями (где, когда и т.п – для усиления доверия)
- Особенности подхода: наши нестандартные стандарты работы
- Интернет – летает. И не только это (о преимуществах гостиницы)...
- Все обещают, а мы – еще и делаем (о том, как вы стараетесь быть первыми)
- У нас появилась сауна / бассейн (теннисный стол, детская зона и т.п) на первом этаже
- Вкусно без наценки. О том, что, например, вы знаете самые вкусные и недорогие службы доставки еды в вашем городе. И готовы помочь постояльцам заказать лучшее недорого – бесплатно с вашей стороны
- Цикл постов о достопримечательностях (интересных местах, выгодных магазинах и т.п) около гостиницы или вообще в городе

---

**Бестселлер АСТ** по постам в Инстаграм. Написано практиком. [“Копирайтинг в Instagram”](#)

Учитывайте, что ваши клиенты - разные, и каждый из них имеет ряд вопросов перед бронированием комнаты. Старайтесь осветить все проблемы, интересующие Ваших гостей, и давайте исчерпывающие на них вопросы. Иными словами – **определяйте четко вашу целевую аудиторию в Инстаграм** и ее боли.

### Идеи для таких постов:

- Проживание с животными: можно ли поселиться вместе с питомцем
- Пандус-платформа для клиентов на инвалидных колясках
- Парковка у гостиницы: мы сделали самую удобную (фото, описание)
- Предоставляем столики для кормления клиентам с малолетними детьми
- Бронирование “день-в-день”: у нас всегда есть резервные комнаты, если Вы не успели забронировать номер заранее
- Организация праздника на территории гостиницы

Создавайте выгодные предложения для клиентов. Расскажите о действующей акции, скидках, сделайте конкурс, чтобы взбодрить аудиторию.

### Примеры продающих постов со скидками и акциями:

- При бронировании по промокоду XXX получите комплимент от хозяина - бесплатный завтрак
- При бронировании за месяц скидка 10%
- Конкурс на самый душевный отзыв: победитель получит особый статус нашего клиента
- При бронировании сразу двух номеров каждый идёт за полцены
- Чаще – выгодно. О каких-нибудь бонусах клиентам, которые уже бывали от 2 раз
- 

---

**Бестселлер АСТ** по постам в Инстаграм. Написано практиком. [“Копирайтинг в Instagram”](#)

Налаживайте контакт с клиентами. Если делать только односторонние посты без возможности обратной связи, аудитория очень скоро заскучает. Позвольте людям высказаться с помощью опросника, отзыва о Вашей гостинице и т.д.

### Примеры постов-диалогов для контент-плана:

- Опрос: что Вам больше всего нравится у нас, что - не нравится
- Ваши предложения: что можно реально улучшить или добавить?
- Опишите нашу гостиницу 3 прилагательными

## Информационные и развлекательные посты на месяц

Чтобы как-то разбавить продающий блок информации, контент-план на месяц для гостиницы должен включать и нейтральную информацию. Например, интересные факты или ознакомительное видео-прогулку по Вашей гостинице.

### Готовые развлекательно-информационные посты:

- Ищите, куда сходить после завтрака в нашей гостинице? Топ-5 красивейших парков в N
- А знаете, какое здание стояло XX лет назад на месте нашей гостиницы?
- Видео-экскурсия по всей гостинице: показываем номера, этажи, территорию
- Наша гостиница знаменита тем, что в ней останавливался сам N (популярный певец, художник, актёр)
- Однажды у нас поселилась необычная семейная пара, которая по вечерам пела песни (или любой другой интересный случай с клиентами)

Полезно будет познакомить клиентов с дополнительной информацией о Вашей гостинице, например:

---

**Бестселлер АСТ** по постам в Инстаграм. Написано практиком. [“Копирайтинг в Instagram”](#)

- Схема проезда от городского вокзала (любой другой объект, который находится на слуху у горожан, и местоположение которого они точно знают)
- Как забронировать номер: три простых шага
- Можно ли отменить бронь, и как это сделать
- Адрес, контактные телефоны, ссылки на сайт, WhatsApp, Viber и другие мессенджеры

## Информационные и развлекательные сторис

Разбавить контент-план для гостиницы помогут нейтральные сторис или содержащие юмористический подтекст. Это сделает профиль живым и интересным. Идеи для сторис:

- Посмотрите, как красиво цветёт вишня на территории нашей гостиницы
- На ресепшене у нас живёт кот, который очень любит встречать новых гостей
- Вот так отдыхают в вечернее время дети наших гостей - сторис, где дети играют в игру на свежем воздухе
- В качестве благодарности за радушный приём гости оставили нам сувенир на память
- Какое-либо видео от клиентов, загруженное в сторис (море, территория гостиницы)

## Продающие сторис для гостиницы

Продающие сторис в какой-то степени коррелируют с информационными и продающими постами, поэтому в них информация часто схожая.

**Темы для продающих сторис:**

- Сторис-коллекция отзывов, красиво оформленная, с наложением лёгкой музыки
- Прайс-лист на все комнаты
- Цикл сторис с фото меню, типами комнат, видео праздников и т.п.

---

**Бестселлер АСТ** по постам в Инстаграм. Написано практиком. [“Копирайтинг в Instagram”](#)

- Цикл: собери скидку. В каждой истории вы даете символ или цифру, и чем больше подписчик укажет их при заказе через Директ, тем больше скидка
- Видео-отзывы от клиентов
- Акция, скидки (как в продающих постах)

---

**Бестселлер АСТ** по постам в Инстаграм. Написано практиком. [“Копирайтинг в Instagram”](#)