

Корпорации заинтересовались туристическими блогерами



Греческий остров Крит принял 16 мая участников четвертого слета блогеров-путешественников, организованного порталом TBG-Brand.ru совместно с туроператором TEZ TOUR. В поездку отправились в этот раз 65 человек. Среди них – авторы дневников с TBG-Brand.ru, представители других блогерских площадок – Livejournal.com, Liveinternet.ru, Mail.ru, эксперты и журналисты.

Ежегодные слеты уже стали традицией, поэтому и программа предстоит привычная: целую неделю участники будут общаться на темы блогов, путешествий, современных интернет-технологий и, конечно же, наслаждаться совместным отдыхом, морем и солнцем. И все же четвертый слет блогеров-путешественников необычный. Дело в том, что интерес к нему впервые продемонстрировала крупная брендовая компания, не имеющая прямого отношения к туризму. Это сотовый оператор «Билайн». По словам организаторов, он предоставил различные призы для участников (от воздушных змеев до смартфонов) и получил статус «мобильного партнера слета». Кроме того, на традиционной конференции блогеров выступит эксперт от «Билайн» – Екатерина Турцева, менеджер по бренд-коммуникациям «ВымпелКом» (владелец бренда «Билайн»).

Участие «Билайна» в слете блогеров-путешественников можно назвать закономерным, так как у компании даже есть специальные сотрудники, отвечающие за мониторинг блогов и социальных сетей. По словам Екатерины Турцевой, в их задачи входит выявление отзывов о продуктах и услугах, общение с клиентами. «Если пользователь в чем-то не разобрался, то в диалог вступает наш представитель, предоставляя всю интересующую информацию», – привела пример Екатерина Турцева.

Блоги в последнее время активно используют и другие крупные корпорации. Российское отделение Sony, например, давало тестировать новую фотокамеру Рустему Адагамову, одному из самых известных блогеров Рунета (аудитория его дневника оценивается почти в 50 тыс. подписчиков).

То, что блоги становятся все более важным способом коммуникаций с потребителем, подтверждают и эксперты туроператорских компаний. «Прежде чем принять какое-либо решение, человеку очень важно узнать мнение со стороны. Интернет такую возможность предоставляет. Блоги уже стали одним из активных каналов продаж, и в перспективе тенденция будет только усиливаться», – уверен Петр Бусалов, заместитель генерального директора по интернет-проектам КАПИТАЛ ТУР.

Впрочем, есть и альтернативная точка зрения. «Кино не заменило театр, а телевидение – кино. Поэтому различные способы интернет-коммуникаций, несмотря на их бурное развитие, не вытеснят традиционные медиаплощадки», – высказал мнение один из собеседников «БАНКО».

