**Практичне заняття**

**КЛІЄНТСЬКА ЛОЯЛЬНІСТЬ**

**Завдання для самостійної роботи та обговорення**

**Завдання 1.**

Як ви розумієте поняття «лояльність споживачів»? Чи проявляєте ви лояльність до діяльності/послуг готельно-ресторанних закладів? Опишіть себе як лояльного споживача. Яка модель поведінки притаманна вам як споживачу: емоційна, інертна та раціональна? Навести відповідні приклади.

**Завдання 2.**

Що таке «програма лояльності»? Чи мотивує споживачів до купівлі послуг в індустрії гостинності використання таких прогам в сучасних умовах?

**Завдання 3.**

Обговорення кейс-ситуації «Маркетинг взаємовідносин»

Кожному відвідувачу, що приїхав до готельно-ресторанного комплексу «Україна», вручають листівку з фотографіями співробітників, підпис під якою гласить: «Ми Вас уважно слухаємо. Цей безкоштовний лист, адресований вам від директора комплексу». На зворотній стороні відвідувач читає: «Ми дякуємо Вам за те, що звернулися до нас. Адже саме завдяки нашим клієнтам ми стали одним з провідних на ринку індустрії гостинності. Щоб зберегти за собою позиції, нам потрібно знати, що ми робимо неправильно Пропозиції та зауваження щодо обслуговування, якими б незначущими вони були, ми приймаємо з подякою. Кожне з них буде розглянуте дирекцією».

*Дати відповіді на запитання:*

1. Які цілі переслідує фірма, використовуючи такі прийоми роботи з гостями?

2. Чому фактор задоволення або незадоволення клієнта грає таку велику роль у готельно-ресторанному бізнесі?

3. Готельно-ресторанні підприємства, орієнтовані на споживача, намагаються задовольняти його в більшій мірі, ніж конкуренти, але не прагнуть добитися максимально можливого рівня задоволення споживача. Чому? Чи узгоджується це з концепцією маркетингу?

4. Чому детальне дослідження моделі поведінки покупця допомагає розробляти більш ефективні маркетингові стратегії для завоювання та утримання лояльного сегменту споживачів? Наскільки універсальна ця модель?

**Завдання 4.**

Які є види програм лояльності? Здійснити порівняльну характеристику існуєчих програм лояльності за такими пораметрами: вид програми лояльності, суть програми лояльності (механізм дії), переваги програми, недоліки програми. Результати порівння звести у таблицю.

Які з цих програм лояльності, на вашу думку, є найбільш дієвими в сучасних умовах? Які програми використовуються закладами готельно-ресторанного бізнесу? Навести відповідні приклади.

**Завдання 5.**

Чи використовують заклади готельно-рестранного бізнесу маркетинг взаємовідносин? Які переваги забезпесує маркетинг взаємовідносин закладам в індустрії гостинності? Навести відповідні приклади.