**Пономаренко Мария Олеговна,**

Студентка 4 курсы специальности «Реклама и связи с общественностью»,

Тульский Государственный Университет,

Тула, РФ.

**Влияние веб-сайта на продвижение банно-оздоровительного комплекса.**

**Аннотация:** Появление и стремительное развитие сайтов в сети интернет, привело к настоящей революции в области организации и ведения коммерческой деятельности. Существует множество всевозможных видов рекламы. С течением времени эффективность рекламы неизбежно снижается, что ведет к поиску новых, более современных видов рекламы. Организации в рекламных целях создают различного рода сайты, такие как сайты-визитки, интернет – витрины, интернет – магазины,  корпоративные сайты. Привлечение потенциальных клиентов с интернета гораздо дешевле, а самое главное – эффективнее, чем использование наружной рекламы, рекламы на ТВ. В статье представлены результаты исследования влияния веб-сайтов на развитие банно-оздоровительных комплексов.

**Ключевые слова:** банно-оздоровительный комплекс, веб-сайт, разработка стратегии продвижения, влияние веб-дизайна на имидж.

**Введение.**

Высокая динамика его развития и активность пользователей подвигают компании к созданию и внедрению новых технологий. В современной экономической обстановке организации используют различные виды рекламы для продвижения на рынке товаров и услуг и привлечения новых клиентов. Для коммерческой организации важно обеспечить осведомленность потенциальных клиентов - добиться того, чтобы определенный процент целевой группы был наслышан о существовании организации, ее товарах и услугах, а также их полезности. Знание о фирме, товаре приобретается клиентом в результате целенаправленного информирования о специфике фирмы и ее возможностях, о способности товара удовлетворить определенную потребность, нужду. Каналов представления организации и ее товаров достаточно много. На сегодняшний момент, в связи с высокой конкуренцией, каждая коммерческая фирма старается заявить о себе в таком сильном современном информационном пространстве, используя сайты.

Интернет сайт является визитной карточкой компании в сети. Влияние сайта на рост и развитие компании, при правильном использовании, трудно переоценить. Очень важно подобрать правильные способы оптимизации и продвижения сайта в сети. Именно от их правильного применения зависит спрос продукции и услуг компании у потенциального заказчика.

Интернет сайт открывает большие возможности в продвижении услуг. Интернет сайт включает консультирование клиентов по e-mail, информирование на сайте о новостях, касающихся продаваемой продукции и предоставляемых услугах. Это может быть также уведомление постоянных клиентов о новинках, о важных новостях в данной сфере деятельности и другие возможности, подразумевающие внимание к клиенту и заботу об эффективности для него сотрудничества с фирмой. Сайт – это уникальный инструмент, позволяющий резко сократить путь людей, нуждающихся в услуге, к координатам фирмы, предлагающей эту услугу. Исходя из чего, основные усилия должны быть, направлены на адаптацию предлагаемого материала к поисковым системам интернета, так как коммерческая составляющая является главной задачей сайтов рекламных агентств.

Появление и развитие Интернета прибавило целый ряд инструментов, чья функция состоит в достижении цели продвижения товаров, а также несколько дополнительных задач, связанных с использованием Сети - к ним относятся создание и продвижение собственного веб-сайта и формирование собственного уникального имиджа в интернете. Сайт компании обычно выступает центральным элементом коммуникативной политики, проводимой в Интернете. Поэтому его задача так важна, от успешной реализации которой в значительной степени зависит эффективность всей коммуникативной политики.

Возможности современных сайтов таковы, что позволяют компаниям не только привлечь новых клиентов, но и сэкономить значительные средства на рекламе и других расходах. Сеть Интернет является также эффективным средством рекламы, маркетинга, сбыта продукции и послепродажного обслуживания клиентов. Она помогает фирмам наладить прямые контакты с покупателями продукции, выводя отношения с ними на новый уровень, позволяющий получать оперативную информацию о конъюнктуре рынка и изменениях в структуре потребительского спроса.

Наличие веб-сайта у банно-оздоровительного комплекса предоставляет ряд значительных преимуществ, которые способствуют улучшению бизнеса и привлечению клиентов:

1. Онлайн-продвижение и маркетинг: Веб-сайт позволяет привлекать новых клиентов через интернет, проводить целевой маркетинг и продвигать услуги и акции комплекса.

2. Увеличение видимости и присутствия в сети: Сайт делает комплекс более заметным в онлайн-пространстве, что помогает привлечь больше посетителей и повысить узнаваемость.

3. Информационная база: На страницах сайта можно представить полную и актуальную информацию о услугах, ценах, расписании, контактах и других важных аспектах, что делает посещение комплекса более удобным и прозрачным для клиентов.

4. Бронирование и онлайн-запись: Через веб-сайт клиенты могут легко забронировать баню, услуги спа-процедур, массаж и т.д., что экономит время и повышает удобство обслуживания.

5. Обратная связь и отзывы: Посетители могут оставить свои отзывы и оценки на сайте, что помогает комплексу следить за качеством услуг и улучшать их, а также привлекать новых клиентов благодаря положительным рекомендациям.

6. Повышение доверия: Наличие профессионального и информативного веб-сайта способствует укреплению доверия к комплексу со стороны потенциальных клиентов, делая его более привлекательным для посещения.

Все эти преимущества позволяют банно-оздоровительному комплексу эффективнее работать, привлекать больше клиентов и обеспечивать им качественное обслуживание, что, в конечном итоге, способствует росту и развитию бизнеса.

**Заключение**.

В наше время виртуальное присутствие важно не менее, чем физическое, и для банно-оздоровительных комплексов это становится все более актуальным. Веб-сайт является мощным инструментом для продвижения и привлечения клиентов, предоставляя комплексу множество преимуществ. Он позволяет комплексу быть доступным для широкой аудитории, удобным для посетителей и конкурентоспособным на рынке.

Благодаря веб-сайту банно-оздоровительный комплекс обретает новые возможности для маркетинга, коммуникации с клиентами, повышения уровня сервиса и улучшения репутации. Четко структурированная информация о банных услугах, акциях, мероприятиях и контактной информации делает процесс выбора и бронирования услуг более удобным и прозрачным.

В создании успешного веб-сайта для банно-оздоровительного комплекса ключевыми элементами являются качественный дизайн, информационная насыщенность, удобство навигации и возможность онлайн-бронирования. Правильное использование цифровых технологий помогает комплексу привлечь больше клиентов, укрепить позиции на рынке и увеличить прибыль.

Таким образом, веб-сайт является неотъемлемой частью успешного развития банно-оздоровительного комплекса в современном мире, обеспечивая ему конкурентное преимущество, эффективное продвижение и удовлетворенных клиентов. Создание и поддержание качественного сайта – это инвестиция в будущее развитие и процветание бизнеса в индустрии здоровья и отдыха.

**Библиографический список.**

1. Питько О.А. Психологические аспекты интернет-коммуникаций // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. 2015. № 1 (7). С. 57-59.
2. Балабанов И.Т. Электронная коммерция.– СПб: Питер, 2015г.
3. Успенский И. Интернет как инструмент маркетинга. – СПб.: BHV – Санкт-Петербург, 2014г. – 256 с.
4. Калужский, М. Л. Сетевые интернет-коммуникации как инструмент маркетинга / М. Л. Калужский / Практический маркетинг. – 2019. – No 2. – С. 32-39.
5. Голубков, Е. П. Использование Интернета в маркетинге / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. - 2018. - No3. - С. 28-31.
6. Бурдинский, А. А. Интернет-маркетинг как новый инструмент развития бизнеса/ А. А. Бурдинский // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. - 2016. - No 2. - С. 26-28.
7. Андронов, Д. С. От эффективности рекламы к эффективности маркетинга / Д. С. Андронов // Современная торговля. - 2017. - No 4. - С. 23-24.