

**В. В. Ветрова**

## ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КОМПАНИИ: ЭТАПЫ И ИНСТРУМЕНТЫ

Целью исследования является выявление и рассмотрение этапов и инструментов формирования имиджа мировых лидеров в сфере гостиничного бизнеса, таких как Hilton и Marriott, посредством влияния на целевую аудиторию, а также их продвижения на территории Республики Беларусь.

В данной работе индустрия гостиничного бизнеса рассматривается не только в мировом, но и в белорусском информационном пространстве. Новизна исследования вытекает из характера используемого материала, поскольку внимание обращено не только на позиционирование гостиничных сетей на международном уровне, но и на их функционировании на белорусском рынке.

Проведённый анализ позволил обнаружить значительное влияние социальных сетей на восприятие целевой аудиторией названных компаний. Что касается онлайн-продвижения имиджа организаций, то в процессе исследования мы пришли к следующим заключениям: все этапы формирования имиджа дополняют и усиливают друг друга, существуя во взаимосвязи. Игнорирование одного или нескольких этапов в процессе создания имиджа многократно снижает вероятность формирования положительного имиджа в сознании потребителя.

В результате проведенной работы были выявлены другие инструменты формирования имиджа международных компаний Hilton и Marriott в сфере гостиничного бизнеса и их продвижения на территории Республики Беларусь. Назовем некоторые из них: создание программ лояльности для клиентов; комплименты гостям от отеля; фирменная одежда персонала; элементы служебных интерьеров; организация долгосрочного сотрудничества с постоянными клиентами; продвижение услуг организации через апелляцию к авторитетным личностям в медиапространстве и др.

Данное исследование вносит значимый вклад для поддержания и улучшения имиджа бренда и может служить основой для дальнейших научных исследований в сфере гостиничного бизнеса. Полученные результаты имеют практическую значимость для компаний и организаций, которые стремятся выйти на новый уровень развития посредством работы над продвижением имиджа организации.