



**GHID PRACTIC DE MARKETING PENTRU
OPERATORII
HORECA**

Mamaia Constanța, 2026

**IUNIE
2026**

Cuprins

Promisiunea acestui ghid	1
Cum se folosește	1
Pasul 1. Inspirația (Dreaming)	2
Pasul 2. Planificarea (Planning)	3
Pasul 3. Rezervarea (Booking)	4
Pasul 4. Experiența (Experiencing)	5
Pasul 5. Recomandarea (Sharing)	6
Planul tău pe 30 de zile	7
Pentru fiecare tip de business	7

Promisiunea acestui ghid

Cei mai mulți operatori de pe litoral concurează pe preț și pe noroc. Operatorii care înțeleg drumul pe care îl face oaspetele, de la prima idee de vacanță până la recenzia de după, joacă alt joc. Ei câștigă rezervarea directă, oaspetele care revine și recomandarea care aduce alți oaspeți, fără să plătească de fiecare dată pentru ei. Acest ghid te face acel operator. Nu cere buget mare și nu cere să fii specialist în marketing. Cere să te uiți la afacerea ta prin ochii oaspetelui, moment cu moment. Acolo unde destinația pierde turistul, tu poți câștiga.

Cum se folosește

Modelul este „Five Stages of Travel”, grila pe care Google o aplică la marketingul turistic: inspirație, planificare, rezervare, experiență și recomandare. Fiecare moment are o intenție, (ce gândește oaspetele), și o acțiune (ce face oaspetele). Nu încerca să le faci pe toate deodată. Alege momentul la care pierzi cei mai mulți oaspeți și începe de acolo. Reține binomul: vara lucrează pentru Mamaia, cu plaja, distracția și evenimentele, iar restul anului lucrează pentru Constanța, cu orașul vechi, Cazinoul, portul și gastronomia.

Pasul 1. Inspirația (Dreaming)

Ce se întâmplă. Oaspetele nu are încă un plan. Se gândește unde să meargă, ce să facă, ce să vadă. Caută pe Google, derulează pe rețelele sociale, se uită pe YouTube și pe bloguri și ascultă cunoscuții.

De ce contează pentru tine. Aici se naște dorința. Dacă apari acum cu o imagine bună, intri pe lista scurtă încă dinainte ca oaspetele să compare prețuri.

Ce a aflat cercetarea. Pentru piețele externe, inspirația aproape lipsește, iar conținutul organic este puțin și adesea negativ. Terenul este liber. Cine îl ocupă acum câștigă o vizibilitate pe care concurența nici nu o caută.

Planul tău, pas cu pas.

1. Fă o pagină de „experiențe”, nu doar de cazare: ce poate face și vedea oaspetele în jurul tău. [Construcție]
2. Postează des și concret, o fotografie bună, un apus peste lac, o seară cu muzică, și repetă temele care prind. [Câștig rapid]
3. Folosește video scurt pentru publicul tânăr. [Câștig rapid]
4. Leagă conținutul de un eveniment, cel mai puternic declanșator dovedit. [Câștig rapid]
5. Colaborează cu un creator de conținut care arată sincer ce a trăit la tine. [Construcție]

Exemplu Mamaia Constanța. Un mic hotel filmează un clip de treizeci de secunde: răsărit la mare, mic dejun pe terasă, telegondolă, seara la un restaurant cu pește proaspăt. Titlul: „O zi perfectă la Mamaia, de la răsărit la apus.” Devine cea mai văzută postare a sezonului.

Strategie pentru conținut câștigător. Construiește un ritm de conținut în jurul evenimentelor din zonă. Cât timp ceilalți tac sau postează doar despre ei, tu ești singura voce care arată că aici se întâmplă ceva.

Greșeli de evitat.

- Să postezi doar prețuri și camere goale. Oaspetele visează la o experiență, iar o pagină doar cu tarife îl lasă rece.
- Să te oprești din postat în extrasezon, exact când se planifică vacanțele.

Checklist.

- ♦ Am o pagină care arată experiențe, nu doar cazare.
- ♦ Postez cel puțin de două-trei ori pe săptămână.
- ♦ Am cel puțin un clip video scurt pe săptămână.
- ♦ Leg conținutul de evenimentele din zonă.

Pasul 2. Planificarea (Planning)

Ce se întâmplă. Oaspetele a ales destinația și verifică date, prețuri, recenzii și cum ajunge. Caută pe Google și pe site-ul destinației, citește recenzii și compară pe platforme.

De ce contează pentru tine. Aici se pune întrebarea „merită?”. Cine răspunde clar câștigă încrederea. Cine lasă oaspetele cu dubii îl trimite la concurență.

Ce a aflat cercetarea. Este momentul în care destinația pierde cel mai mult, fiindcă la „merită?” nu răspunde aproape nimeni oficial, iar ce găsește turistul sunt recenzii vechi și informații incomplete.

Planul tău, pas cu pas.

1. Răspunde tu la „merită?”, cu motive concrete și fotografii recente. [Construcție]
2. Pune testimoniale la vedere, pe pagina principală și pe rețelele sociale. [Câștig rapid]
3. Afișează prețuri reale și clare, cu ce include sejurul: mese, șezlong, parcare, plajă. [Câștig rapid]
4. Arată că ești potrivit pentru mai multe perioade, vara și weekendurile de toamnă. [Construcție]
5. Dacă lucrezi cu grupuri, pregătește din timp ghizii, tarifele și transportul. [Construcție]

Exemplu Mamaia Constanța. O pensiune adaugă o secțiune „Merită Mamaia Constanța?”, cu trei fotografii recente, două recenzii reale și ce include sejurul. Oaspeții rezervă mai repede.

Mișcarea care te face câștigător. Transformă transparența în armă. Într-o destinație unde informația lipsește, claritatea ta devine motivul pentru care ești ales.

Greșeli de evitat.

- Să ascunzi prețul sau ce intră în el. Oaspetele citește tăcerea ca pe un risc.
- Să lași recenziile vechi sau negative fără răspuns.

Checklist.

- ♦ Am un răspuns clar la „merită?” pe site.
- ♦ Am testimoniale recente la vedere.
- ♦ Prețul și ce include sunt afișate clar.
- ♦ Am o ofertă pentru extrasezon.

Pasul 3. Rezervarea (Booking)

Ce se întâmplă. Oaspetele e gata să cumpere. Caută cel mai bun raport preț-valoare și o rezervare ușoară. Rezervă pe site-ul tău, pe o platformă sau printr-o agenție.

De ce contează pentru tine. Aici se decide cine ia banii și cu ce comision. O rezervare directă îți aduce mai mult din fiecare oaspete și o relație pe care o poți cultiva.

Ce a aflat cercetarea. Pentru piețele externe, destinația aproape nu există ca produs care poate fi cumpărat în formatul obișnuit. Cu cât rezervarea la tine este mai ușoară, cu atât compensezi această lipsă.

Planul tău, pas cu pas.

1. Testează-ți propria rezervare de pe telefon și numără câți pași trebuie să parcurgi. [Câștig rapid]
2. Întreabă câțiva oaspeți unde s-au împiedicat sau le-a fost dificil procesul. [Câștig rapid]
3. Asigură-te că platformele și agențiile îți arată corect oferta. [Construcție]
4. Împachetează experiențe care justifică prețul mai mare: o cină, un tur, un bilet inclus. [Construcție]
5. Fă rezervarea directă mai atractivă, cu un mic avantaj pe site-ul tău. [Câștig rapid]

Exemplu Mamaia Constanța. Un hotel oferă un pachet „weekend cu gust”: două nopți, o cină locală și un bilet la telegondolă, la un preț clar. Oaspetele vede valoarea și rezervă direct.

Mișcarea care te face câștigător. Fă din rezervarea directă cea mai ușoară și cea mai avantajoasă cale. Fiecare rezervare directă este un comision economisit și un oaspete pe care îl poți chema înapoi.

Greșeli de evitat.

- Să ai un proces de rezervare greoi pe telefon, acolo unde decide majoritatea.
- Să vinzi doar „noaptea de cazare”, fără experiența care face prețul să pară corect.

Checklist.

- ♦ Am testat rezervarea de pe telefon, până la capăt.
- ♦ Oferta mea e corectă pe toate platformele.
- ♦ Am cel puțin un pachet cu experiență inclusă.
- ♦ Rezervarea directă are un avantaj clar.

Pasul 4. Experiența (Experiencing)

Ce se întâmplă. Oaspetele trăiește vacanța, o compară cu ce a sperat și face poze și clipuri. Interacționează cu tine, cu localnicii, cu hotelul și restaurantul.

De ce contează pentru tine. Aici ești cel mai puternic, fiindcă ești în ospitalitate. Un oaspete bine tratat devine sursa ta de conținut și de recomandări, gratis.

Ce a aflat cercetarea. Oaspeții care ajung efectiv evaluează șederea foarte bine. Punctele forte confirmate sunt distracția și gastronomia. Punctul slab cel mai des menționat este plaja. Joacă pe punctele forte.

Planul tău, pas cu pas.

1. Fă oaspetele să se simtă văzut, prin gesturi mici și recomandări personale. [Câștig rapid]
2. Cere testimonialul când oaspetele tocmai ți-a spus că i-a plăcut. [Câștig rapid]
3. Ține la zi recomandările locale: un restaurant, un eveniment, un loc de plimbare. [Construcție]
4. Creează un loc bun de pozat, legat de tine. [Construcție]
5. Mută povestea pe mâncare, atmosferă și evenimente, și arată oaspeților de vară orașul și patrimoniul Constanței. [Câștig rapid]

Exemplu Mamaia Constanța. Un restaurant pune pe masă o fișă: „Ți-a plăcut? Lasă-ne un gând”, cu un cod către recenzii și trei recomandări pentru ziua următoare în Constanța. Recenziile cresc, iar oaspetele rămâne încă o zi.

Mișcarea care te face câștigător. Cere recenzia când emoția e proaspătă. Majoritatea operatorilor uită să ceară. Cine cere la momentul potrivit adună reputația care îi aduce următorii oaspeți.

Greșeli de evitat.

- Să aștepți ca oaspetele să posteze din proprie inițiativă.
- Să promiți o plajă perfectă. Pregătește așteptarea corect și surprinde la mâncare și atmosferă.

Checklist.

- ♦ Cer activ testimoniale de la oaspeții mulțumiți.
- ♦ Am o listă de recomandări locale, ținută la zi.
- ♦ Am un loc bun de pozat, legat de afacerea mea.
- ♦ Scot în față mâncarea, atmosfera și evenimentele.

Pasul 5. Recomandarea (Sharing)

Ce se întâmplă. Oaspetele împărtășește experiența, în timpul șederii și după ce ajunge acasă, cu prietenii, familia și colegii. Postează pe rețelele sociale, vorbește din gură în gură și lasă recenzii.

De ce contează pentru tine. Recomandarea este publicitatea pe care nu o plătești. Un oaspete care recomandă aduce alți oaspeți care au deja încredere.

Ce a aflat cercetarea. Recomandarea organică este aproape inexistentă. Postează mai ales tinerii și doar când au un motiv, iar nemulțumirea, când apare, se propagă fără contragreutate. Cine ajută activ recomandarea construiește un avantaj pe care concurența nu îl are.

Planul tău, pas cu pas.

1. Stimulează partajarea, fiindcă un conținut postat de oaspete este mai credibil decât al tău. [Câștig rapid]
2. Trimite un reminder de partajare după plecare. [Câștig rapid]
3. Urmărește și redistribuie pozele în care ești etichetat. [Câștig rapid]
4. Ajută oaspetele să facă o poză bună și să găsească etichetele potrivite. [Construcție]
5. Răspunde la toate recenziile, inclusiv la cele negative. [Câștig rapid]

Template de mesaj după plecare.

„Bună, [nume]. Ne-a bucurat că ai ales [numele afacerii]. Dacă ți-a plăcut, ne-ar ajuta mult un gând lăsat aici: [link recenzii]. Iar dacă ai postat o poză, etichetează-ne, ne face plăcere să o împărtășim. Te așteptăm și data viitoare.”

Mișcarea care te face câștigător. Cere recenzia de fiecare dată, prin același mesaj scurt, pentru fiecare oaspete mulțumit. Repetat un sezon întreg, gestul îți construiește reputația care convinge la planificare.

Greșeli de evitat.

- Să nu ceri niciodată. Tăcerea înseamnă zero recomandări.
- Să ignori recenziile negative, exact acolo unde te văd cel mai atent viitorii oaspeți.

Checklist.

- ♦ Trimit un mesaj de mulțumire și de invitație la recenzie după plecare.
- ♦ Redistribui pozele în care sunt etichetat.
- ♦ Răspund la toate recenziile.
- ♦ Am un hashtag și un nume de pagină ușor de găsit.

Planul tău pe 30 de zile

Alege o singură mișcare pe săptămână și fă-o bine.

- **Săptămâna 1.** Testează-ți rezervarea de pe telefon și repară fricțiunile.
- **Săptămâna 2.** Pune un răspuns clar la „merită?” și prețuri transparente.
- **Săptămâna 3.** Începe să ceri sistematic recenzii, cu mesaj similar celui de mai sus.
- **Săptămâna 4.** Produ primul clip video legat de un eveniment din zonă.

Pentru fiecare tip de business

- **Hotel și pensiune.** Începe de la rezervarea directă și de la recenzii, acolo se simte cel mai repede diferența în încasări.
- **Restaurant.** Începe de la experiența care merită fotografiată și de la cererea de recenzie pe loc.
- **Agenzie de evenimente.** Începe de la inspirație și recomandare, evenimentul tău este declanșatorul de conținut pentru întreaga zonă.

La toate, întrebarea de fond este aceeași: cum arăți, în momentul potrivit, că Mamaia Constanța merită aleasă prin distracție și gastronomie vara și prin patrimoniu și evenimente în restul anului. Operatorul care răspunde la această întrebare mai bine și mai des decât vecinul câștigă oaspetele, sezon după sezon.

OMD Mamaia Constanța