

HEDNA Europe & HITEC2016 Total Revenue ManagementとRevenue Management101

Topics1

Booking Acquisition Cost

ミッション、インターネット関係の広告費用など含めて予約を獲得するための費用を盛り込んだレベニューマネジメントの仕組みが当たり前になってきている。また旧来のイールドマネジメント手法の終焉も見ることができた。

Topics3

徒なネット、モバイル、IT依存への警鐘

ITをゲストサービスのために使わせるという大きな傾向に対して失敗例、課題が提示されている。やはり最後はITを手段とした人間系がもっとも効果があることが報告されていた。IT投資だけではなく人間投資が重要とのこと。

Topics2

Guest Experienceの演出が重要課題

グローバルホテルチェーンはこぞってリッチコンテンツによるオムニチャネルに対する掲載を考え始めている。その掲載の方法は十分な顧客のロイヤリティ分析に基づくキャンペーンマネジメントによる個別発信を考えている。

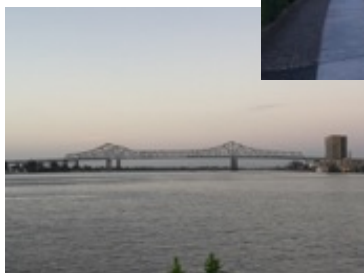
Topics4

統合型客室ゲストサービスソリューション

日本で紹介されるホテルは大手ホテルチェーンが採用するような高額、高機能なソリューションが多いが、独立系ホテルが採用できるall-in-one (WiFi, VOD, IP-TV, VoIP, App)が出ている。小規模単独ホテルは非常に興味を持っていた。

<CLOUDIT EYE>

Phocuswrightと提携しているh2c社から米国、欧州のホテルのディストリビューションに関するビジネスボリューム、IT化、意識に関する調査がHEDNAで報告された。当然この比較はグローバルホテルチェーン対独立系ホテルということで、日本の事情にも類推できる報告だった。もっとも注目されるのは、一ホテル当りでの予約件数で比較した場合、欧州の独立系ホテルの方が10%ほど多いということだ。自社サイト中心の販売を誘導したいグローバルチェーンとOTAなどに「生きるために」従う独立系ホテルの明確な違いが出た。一方でメタ・サーチなどの「お金がかかる」チャンネルについてはチェーンが圧倒的な強さを見せている。こう言った独立系ホテル向けサービスベンダーも出てきていることも報告しておきたい。



HEDNAはITBでも訪れたBerlinでした。今までは西ドイツ側に泊まるが多かったのですが、今回は東ドイツ側に泊まりました。建物も古く、画一的なものが多いのですが、今政府が力を入れて新たなイメージを作り出そうとしています。

HITECは米国南部のニューオーリンズで開催されました。ハリケーンカトリナからの復興を遂げ、一大MICE都市となっています。もちろん夜はバーボンストリートでFrozen Daiquiri片手に音楽鑑賞です！

2016年6月25日

CLOUD IT, Inc. 2016

Technology Trend

HITECに於いてStart Up企業を中心としたブースが展開されている。特にモバイルアプリ系のGuest Experienceを補うサービスが出展されていた。やはりHEDNAでの議論でもあったようにいかに経験を追体験してもらうのか、また経験を情報発信してもらうのかのITが様々な考えられている。

合わせてそういった経験関連のソリューションに人工知能 (IBM Watson) が登場していたのも今年の特徴だろう。

Useful Figure<コンテンツの重要性>

メタ・サーチ全盛の中で、ホテル業界のコンテンツマーケティングの遅れは非常に目立つものになっています。88%の消費者がウェブサイト上でのコンテンツ(写真、説明)を信用して予約したいと思っており、ビジュアルコンテンツを充実させることにより41%のコンバージョン向上が可能だということです。

<注目の会社>



ホテル向けロボットです。簡単なゲストサービスをしてくれる機能があります。制御はビーコンの設置で行うようです。まだブラッシュアップは必要ですが、軌道には乗り始めているようです。取り上げたのは、この開発と会社の経営をされているのが、安川さんという日本の女性でした。日本人を見かけることのない展示会で、日本式のご挨拶となっていたので、外国人からは奇異の目で見られちゃいました。頑張れニッポン！

<次回予告>

12月にはWTM2016レポートを用意しております。

弊社ウェブサイト (www.cloudit.jp) でも公開しております。