



トラベルクリック・クラウドイット タウンホールミーティング

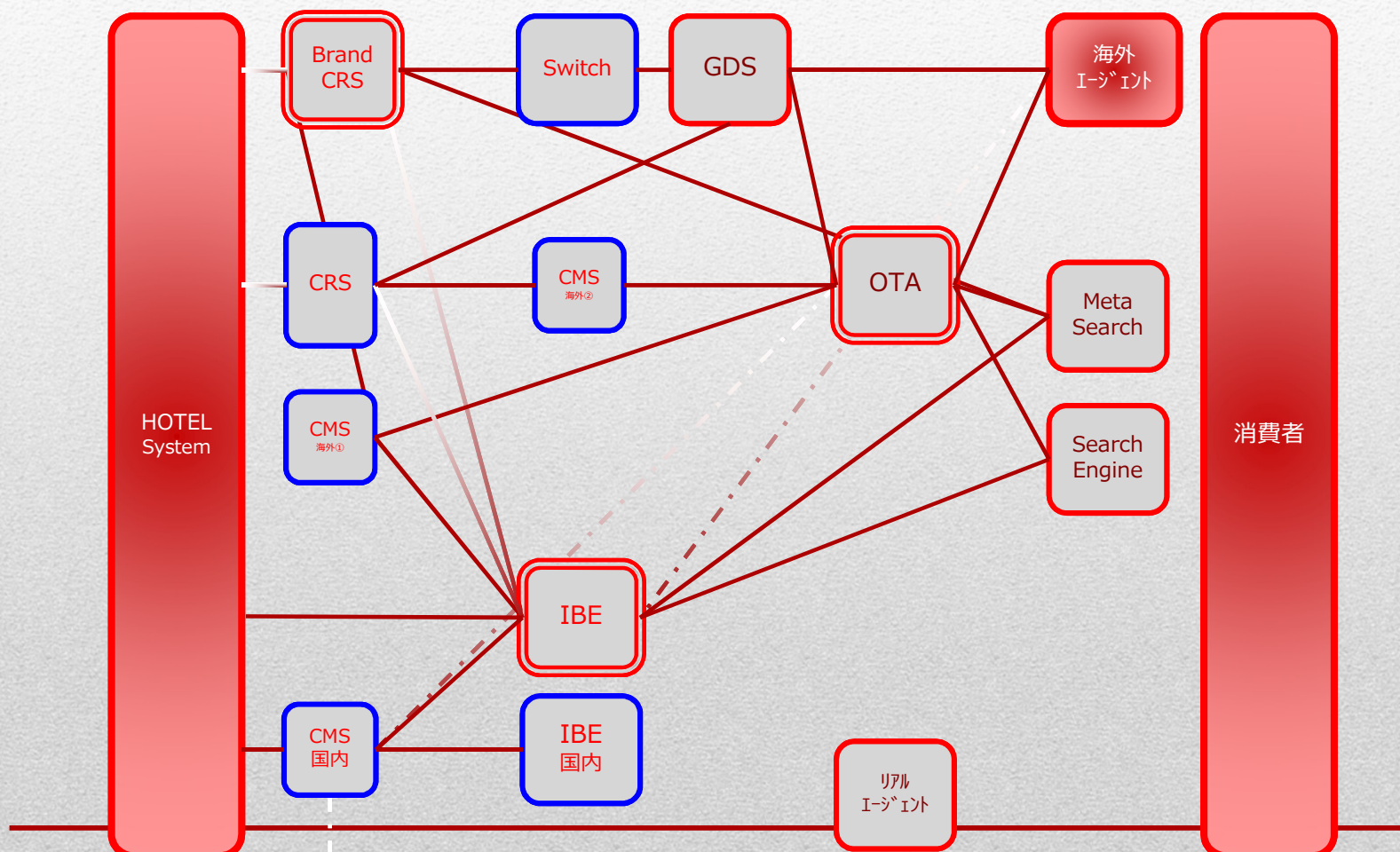
2016年8月23日

- 客室グローバルディストリビューションのおさらい
- グローバルディストリビューションを支えるITの理解
- マーケティングにおけるデータ分析とデータ活用
- オンラインの世界での自施設PRの方法

本セミナーの目的

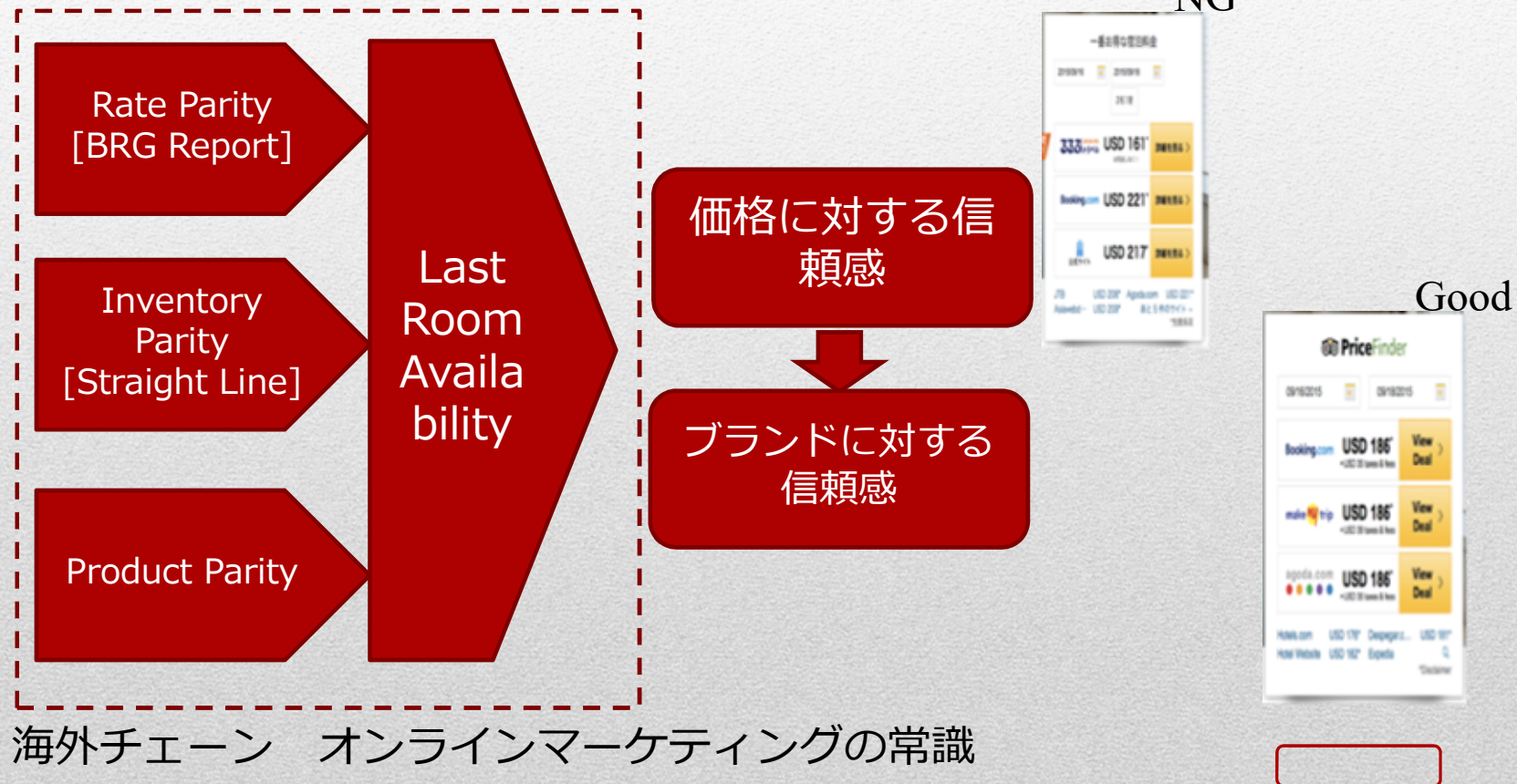
客室グローバルディストリビューション

インバウンド予約ネットワークの全貌を理解することにより、それぞれのポイントで何ができているのか、何をするのかを考える。



予約されるためのテクニックー信頼ー

今の消費者は「安く買う」よりも「信用できる商品を買う」傾向にある。
そのための「パリティ」コントロールが最重要である。



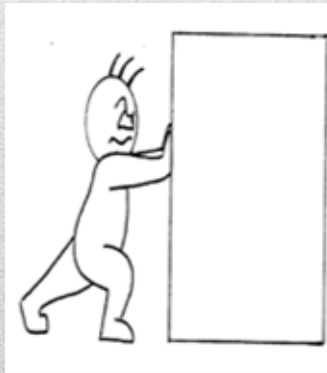
予約されるためのテクニクーチャネルー

インバウンドゲストのマーケットセグメント化を考え、それぞれのセグメントでいくら売り上げるのかを考える。その結果をチャネルコントロールに反映させることが重要。

プッシュ

ホテルが料金と在庫をコントロールして提供する。

買い手は提供されたものを選択する。



TL-Lincolnタイプ

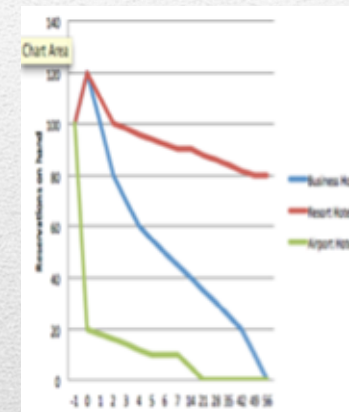
プル

ホテルが料金と在庫を蓄積する。

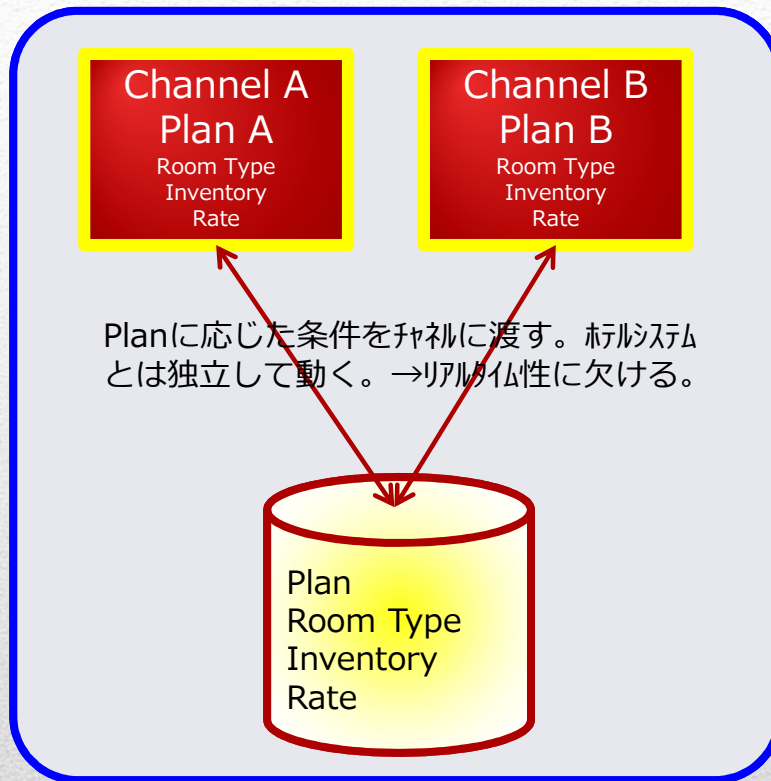
買い手が必要な商品を探しに来る。



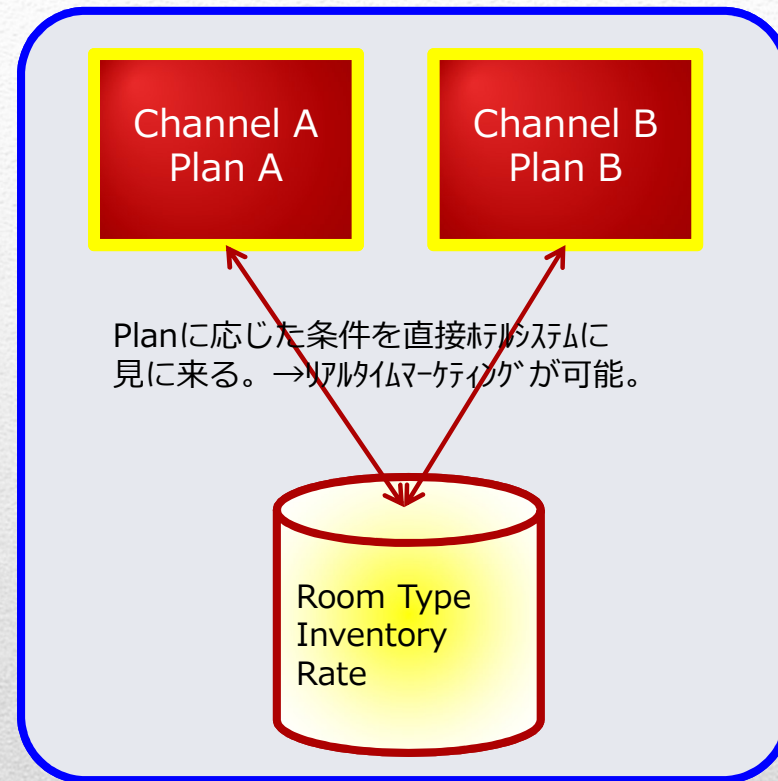
HBSiタイプ



Last Room Availability提示型コントロール
Booking Curve



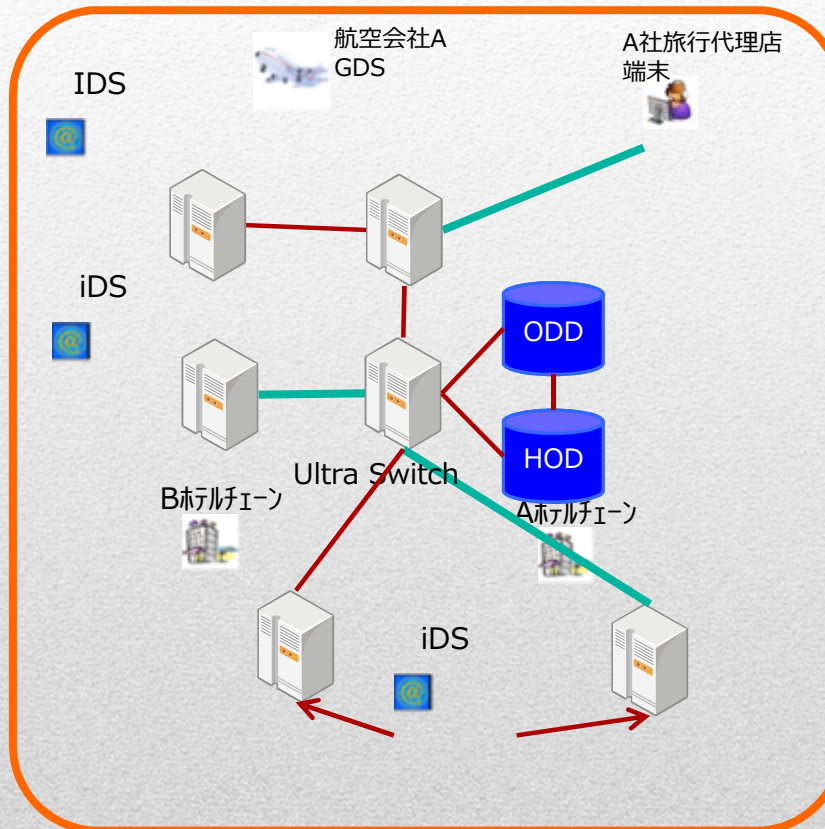
日本の主流



海外の主流

CRSマーケティング

Online Travel Agentの総称。いろいろな接続形態でホテルの料金と在庫を市場に提示する。



Internet Distribution System
Internetの普及に伴い発展OTA。
各社独自性を高めビジビリティを高める。

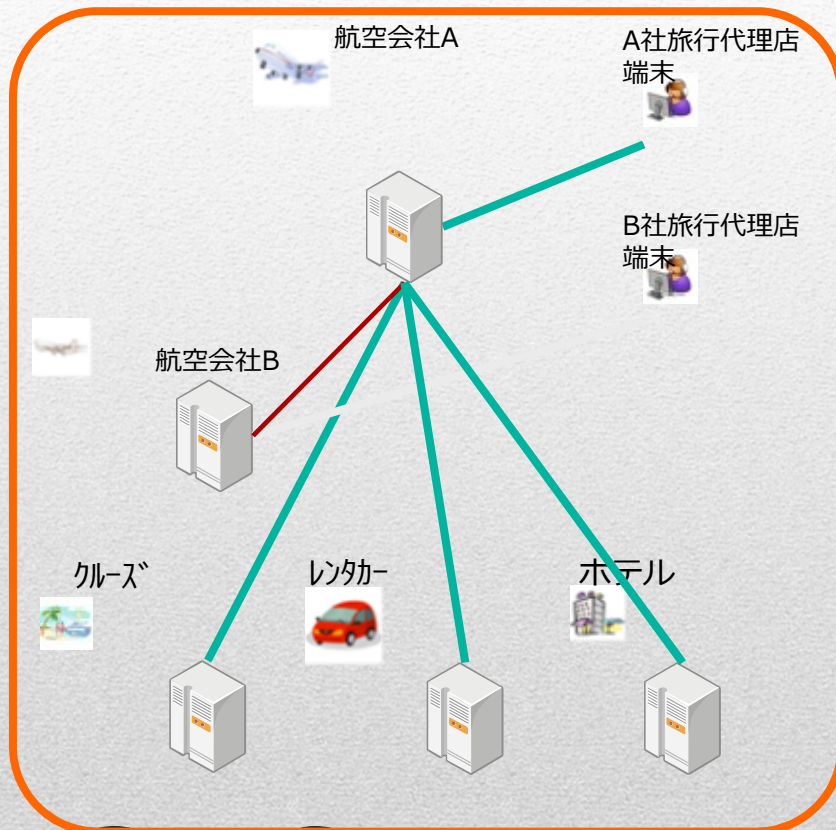
使われ方
Commission, Merchant, Opaqueと料
金の出し方もいろいろ。

ホテルが利用する上での注意点
ミッションを意識しBRGの要求との戦いを
しながらブランドを提示する。

代表的なプレイヤー
Priceline, Travelocity, Expedia,
Agoda, CTrip

IDS

航空業界で開発された旅行手配システム。
海外の旅行代理店には必ず導入されている。



Global Distribution System

航空界社のコンピュータベースで作られた旅行手配のためのシステム

使われ方

旅行代理店に設置された端末で旅行の様々な部品の予約を一元的に取得

ホテルが利用する上での注意点

ブランドコードとCRSが必須。
旅行代理店へのPRが必須。

代表的なプレイヤー

Travelport, Galileo, Amadeus, Sabre

GDS

顧客選定

チャネル
選定

コンテンツ
策定,作成
露出

在庫料金
掲出

効果測定

データ分析をベースとしたレベニューマネジメント

チャネルマネジメントインフラ構築

Things To Do

Revenue Management Technology in the Age of Big Data ビッグデータ時代のレベニューマネジメントを支える技術

現在のレベニューマネジメントは従来型の価格最適化（Revenue Optimization）だけではなく、ホテル全部門にわたる Total Revenue Managementに変化してきている。それはもはやPMSからのデータだけでは不十分な世界になってきたことの表れでもある。
そのTotal Revenue Managementは最新テクノロジーのビッグデータを様々な扱える仕組みの上に組み立てられていく流れになってきている。このビッグデータを扱える仕組みと組織が必要である。（従来のレベニューマネジメントシステムではない）

＜レベニューマネジメント各フェーズにおける代表的なデータ：従来の客室売上関係は除く＞



欧米の業界動向

オンラインマーケティング

- ❑ インタネット（自社サイト、OTA）は一律のコントロールではダメ。その先のセグメント見ること。
- ❑ レベニューマネジメントのためのデータは「買って」まで行うべき。
- ❑ すでにブランドやホテルへの知識、信頼がある明確な「顔が見える」ビジネスとしてのGDS。
- ❑ エージェントや一般消費者にさらなる信頼を得るためのチャネルコントロール（Rate Parity/LRA）が必要。

まとめ