

多岐に渡る「予約戦略」応用編

エリアの特性×需要と供給を活かした、高単価・総売上向上術

(株)Webたん 代表取締役
松本 智嗣氏

PROFILE

予約システムをベースにした集客戦略で、収益性の高い安定集客を実現。その経験をもとに、「(株)Webたん/うえぶたん操作代行サービス」を立ち上げ、マーケットの活性化に注力 <https://webtan-yoyaku.com>



日々お仕事をしているなかで気づけば毎週出張の日々という生活になりました。お陰様で各地の観光名所や、グルメも好き好きな土地が増えました。(株)Webたんの松本です。

今回はエリアの特性を活かした成功事例をご紹介します。当社が、契約に至りオーナーさま、決定権をおもちの役職の方とお話をする際にお聞きする内容があります。

自社のホテルの立地におけるイベント情報、どの程度ご存じですか？またそういったお客さまをどのように顧客化されたいですか？

要するにレジャーホテルのユーザーとは違うターゲットにご利用いただくためには、エリアへ来る「行動原理」を知る必要があります。そして需要と供給のバランスが崩れたときは、販売単価が跳ね上がります。注意が必要なのは、ホテルのグレードとズレすぎた価格設定は、マイナスイメージになるということです。

いつも紙面で、ご紹介させていただきますホテルさまは私も日常使いをしたい！と思える素敵なホテルなのです。

そして利用ユーザーさまへ、レジャーホテルは魅力的なマーケットだということを周知していく。当社から業界に対しての、一つの使命だと考えております。

Case1

長崎県：「リゾートホテルCara／デザイナーズホテルアリス」さま

長崎県佐世保市に位置しますFガーデングループさまが運営されてる店舗です。まずエリアのマーケットとして、ハウステンボスがあります。デザイナーズホテルアリスさまはハウステンボスへのアクセスも良く、リゾートホテルCaraさまは、日本夜景100選の佐世保の絶景を「全室から一望できる」という魅力をおもちのホテルです。

両店舗ともエリアの立地のメリットを活かすだけではなく、デザインコンセプトの脱レジャーホテル感のお部屋も多いことが多くの「予約宿泊ユーザー」の獲得につながっております。

特筆すべきなのは、「米軍基地」での米軍兵／また工事などで本国からの法人出張での利用客が見込めたことです。

こちらの情報は日々ホテルさまでご利用者との接客のなかからいただいたものです。システム構築⇒実売⇒情報収集。このサイクルは2社双方に知見を深め、さらなる戦略へ昇華できます。

米軍関係者は、日本国内で長期滞在される方も多く、休暇期間は長崎～九州本土内をレンタカー等で移動される方も多くことが特徴です。

他に忘れてはいけないのが「ハウステンボス」の特需が生まれる点です。

- ・九州一 大花火まつり
- ・カウントダウン花火

販売単価は5万円代を超える爆発的な販売力を生んだ成功例となります。

どのホテルさまにも共通して言えることとして、マーケットの魅力発信し、長期にわたる潜在力を高めることが重要になると考えます。

Case2

北海道：「WATER HOTEL K」さま

次に、北海道札幌エリアに位置します、WATER HOTEL Kさまをご紹介します。はじめにご依頼いただいた課題とし



ウェルカムスイーツの紹介が狙みの+αに「デザイナーズホテルアリス」。ユーザーへ「疑似体験」を画像で訴求



佐世保の夜景をアピールする「リゾートホテルCara」。モデルを入れての「利用方法」を訴求



市内の景観が一望できる浴室空間「WATER HOTEL K」。寒冷地ではとくに嬉しい立体駐車場も予約時にPR

ては、「さっぽろ雪まつり」の需要、そして今後の集客のなかで、人件費・仕入れ賃の高騰等により回転型にプラス高単価販売で稼働を埋めきる日程もつくりつつバランスを見ていきたいとのことでした。札幌エリアは、マーケットとして非常に魅力を感じていた矢先でのご依頼で胸が躍ったのを覚えています。

事由として、まず競合相手(シティホテル・ビジネスホテル)が少ないと見ていました。例を挙げるとライブ・イベント等の特需と供給のバランスです。先述の「さっぽろ雪まつり」もそうですが、主にジャンプ系のイベント日程等では道内にて凄スピードでの成約が入り乱れます。

3月に開催されます某人気アイドルグループのコンサートなどでは、当社で預かったホテルさまにて過去一の速さで在庫売り切れ、高単価(主に4万円～5万円)に跳ね上がりました。

どういったタイミングで跳ね上がるか？また動き出すか？等タイミングを把握したなかでもこのスピード感。当社の強味であります、「伴走型」よりリアルタイム

で追いかける。他社ではできない「経験」が活かした結果でした。

当然ですが、WATER HOTEL Kさまの「運営努力」からくる魅力的なホテルづくりが身を結んだ結果だということをつけ加えさせていただきます。

北海道内は、まだまだ魅力的なイベントが多く、今後さらなる需要からレジャーホテルさまに必ず恩恵が訪れることを確信しております。

全国でも屈指の外国人観光客が訪問されるエリアでもあり、マーケットとして勝てるエリアだということもつけ加えさせていただきます。

—まとめ—

今回のケースは、西・東ともに代表的な観光地エリアでのご紹介でした。

両店舗さまとも「ねっばん！サイトコントロール++」を活用いただき、データ収集⇒スピード感のある設定ロジックをシーズンで書き換え。ライバルに追いつかれないシステム構築をブラッシュアップ。この一連の作業・土台づくりは今後

数年続くホテル運営のなかで必須になります。土台をしっかり積み上げれば、エリアの特需にも即対応でき、利益の獲得に多に貢献できます。

そして今回ご紹介した2店舗さまでは「自社予約システム」の収益も高かったことが魅力的なケースでした。

需要のあるエリア・シーズンではOTAの力に頼らなくても十分獲得が可能だという証明になりました。

新規顧客⇒OTAサイトから リピート顧客⇒自社予約システム

ということであり、これらのアルゴリズムとして、さらに自社HPへの導線構築を強化することで、OTAへの流入機会(自社予約システム)へ転換します。

まずは皆さん自分たちの「エリア」を再度見ていただけると幸いです。自分たちの知らない魅力が沢山眠っているはず。一緒に探しましょう。

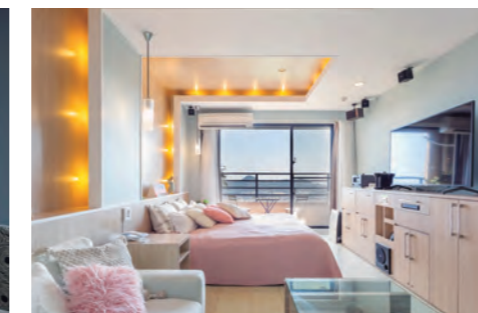
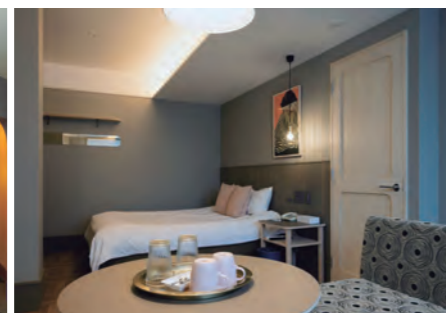
店舗周辺のマーケットを理解し、発信する。どのような情報であれ見ていただき、ホテルを知っていただくことが大事なのです。

2店舗とも、利用ユーザーに選ばれやすい「写真画像」の活用が新規ユーザー獲得につながっています。ホテルの魅力・情報を発信できる画像がキーとなる事を具体例として紹介し締めとさせていただきます。

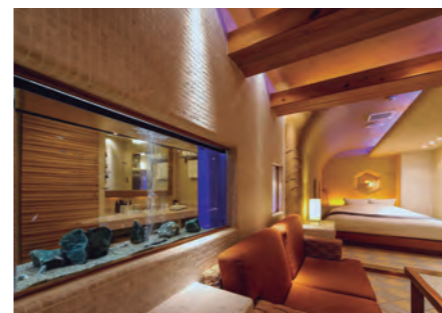
今回はOTAサイトのアカウントを登録することの重要性をご紹介します。



スタイリッシュな内装で脱レジャーホテルを図った「デザイナーズホテルアリス」



佐世保の夜景を全室から一望できる「リゾートホテルCara」



高品質な空間づくり・運営をベースに、効率的な単価アップ、稼働率アップを追求する「WATER HOTEL K」

