

СТРОИМ ЭФФЕКТИВНОЕ бронирование на сайте отеля



Евгений **УСКОВ**, эксперт по онлайн-продажам гостиничных услуг (компания TravellLine)

Хотите повысить эффективность сайта своей гостиницы? Все больше отельеров считают данный вопрос бессмысленным. Разумеется, да! Наверняка вы любите гостей, забронировавших номер на официальном интернет-ресурсе. Такие брони намного выгоднее агентских, поскольку лишены комиссии за посредничество. К тому же «прямой» гость значительно лояльнее.

В этой статье **Евгений Усков**, российский эксперт по онлайн-продажам гостиничных услуг расскажет о методах повышения эффективности сайтов. Евгений представляет международную компанию TravellLine. С помощью предлагаемых ею решений более 1200 средств размещения России, Украины, Беларуси и других стран СНГ повысили свои продажи.

Итак, на сайте вашего средства размещения наверняка есть модуль онлайн-бронирования. Он приносит какое-то количество броней: интернет-пользователи все с огромным желанием покупают в Сети. Но уверены ли вы, что инструмент бронирования работает на полную мощность? Давайте рас-

смотрим типовые ошибки сайтов. Устранив их, вы увеличите число онлайн-броней.

Отсутствие тарифов на ближайшее будущее

Это настолько простая, насколько и популярная оплошность персонала, который поддерживает бронирование на сайте. Часто, настраивая систему бронирования, сотрудник указывает тарифы лишь на ближайший сезон или два. В результате отель лишается гостей, которые хотят забронировать номер на период в отдаленном будущем.

Показатель глубины бронирования снижается, что довольно неприятно.

Чтобы увеличить число гостей, следует ввести в систему бронирования цены хотя бы на ближайшие полгода. В этом случае вы удовлетворите практически всех своих клиентов.

Квоты на популярные категории номеров

Некоторые отельеры настолько полагаются на IDS, что отдают в них больше популярных номеров, нежели на собственный сайт отеля. Вследствие этого самые интересные для потенциальных гостей комнаты бронируются с повышенной комиссией. Отель лишает себя до 20–25% дохода, который приходится платить посредникам.

Приучайте людей бронировать номера на официальном сайте отеля! Это особенно легко в отношении гостей, которые уже пользовались вашими услугами.

Дмитрий Кузин, директор по гостеприимству нижегородского «Кофехостела», в интервью российскому журналу «Отель» привел следующую информацию: больше половины бывших гостей повторно бронируют номер именно на сайте отеля. Даже если в первый раз они пользовались IDS.

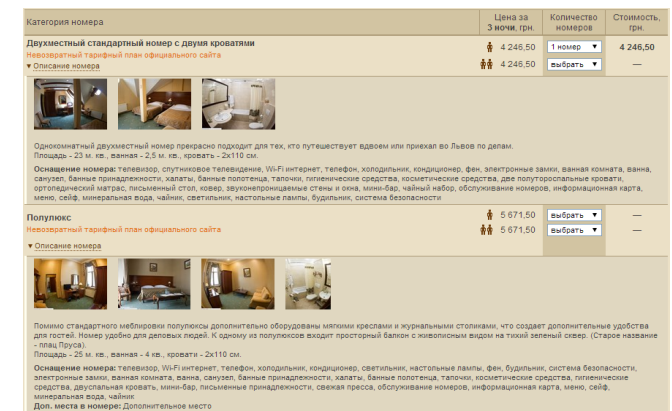
Прекрасным решением проблемы станет система управления электронными каналами продаж (channel manager). Этот инструмент, среди прочего, поддерживает общую квоту для разных каналов. С ним вы выделяете единый номерной фонд как для собственного сайта, так и для посредников из числа ОТА. Данный подход делает дистрибуцию номеров более гибкой.

Выбирая channel manager, убедитесь, что он может быть интегрирован с системой бронирования на

вашем официальном сайте и с IDS, которые приносят вам деньги.

Подробное описание каждой категории номера

Чем лучше вы опишете собственные номера, тем больше посетителей сайта их забронируют. Перед тем как заплатить деньги, человек выясняет, за что именно он их отдает. Поэтому модуль бронирования должен рассказывать об оснащении комнаты. Подчеркните особенности каждой категории номера. Расскажите о мелочах, включая наличие полотенца и косметических средств. Все это важно для гостей, которых во время поездки волнует тысяча вопросов.



Обязательный элемент — фотографии. Каждый номер должен быть проиллюстрирован как минимум тремя картинками. Хорошим вариантом, который дает представление о номере, является общий вид, фотографии кроватей и санузла. Экономить на фотографии не стоит. Чем ярче получатся картинки, тем большее число гостей обратят на них внимание.

Кстати, предлагая пользователю список номеров, отсортируйте их по цене от более бюджетного к более дорогому. Совет довольно банален, однако о нем следует помнить.

Наличие популярных способов оплаты

Если уж пользователь готов отдать деньги за номер в отеле, нужно максимально облегчить ему эту задачу. Чем больше способов оплаты предлагает система бронирования на сайте, тем большее количество пользователей будет удовлетворено. Популярные методы — это банковская карта, безналичный расчет для физических и юридических лиц, а также оплата через

терминалы. Хорошо, если система бронирования поддерживает все перечисленные способы.

Искренне призываю вас не бояться оплаты при заселении. Этот способ популярнее всех перечисленных. При этом он безопасен: число «сорвавшихся» броней при предоплате и без нее фактически одинаково. Отключить оплату на месте будет уместно разве что в самый высокий сезон, когда нужно гарантировать каждый заезд.

Перевод на английский язык

Выбирайте форму бронирования для сайта, которая адекватно переведена хотя бы на английский язык. Обязательно адаптируйте названия категорий номеров и дополнительных услуг, их описания и прочую информацию об отеле. Это повысит число иностранцев, которые забронируют номер на вашем официальном сайте (разумеется, если вы работаете с туристами из-за рубежа).

Как повысить доходность гостиничного сайта

Настройка модуля бронирования на сайте — довольно простое, но чрезвычайно важное дело! Уделите ему больше внимания, чем обычно. В интернет-торговле считается приемлемым, когда 1% посетителей сайта становится покупателями. А сколько ваших потенциальных гостей бронируют номера? Чтобы повысить данный показатель, следуйте инструкциям нашей статьи! **AT**

P. S. Возможно, на сайте вашего отеля до сих пор нет модуля бронирования. Или вы не используете системы управления каналами. Если так, просто позвоните в украинский офис TravellLine по телефону +380 80 021-88-87 и назовите промокод AG0414.

Если вы свяжетесь с нами до 13 мая 2014 года, то в рамках специальной акции совершенно бесплатно получите на 2 месяца TravellLine: Channel Manager и модуль бронирования для сайта TravellLine: Отель. Это прекрасный повод, чтобы попробовать решения TravellLine в деле без всякого риска.

Звоните в TravellLine по бесплатному телефону: +380 80 021-88-87, повышайте эффективность собственного сайта и привлекайте еще больше гостей!

КОМПАНИЯ TRAVELLINE
evgeny.uskov@travelline.ru
facebook.com/UskovEvgeniy



TRAVELLINE