



NEMZETKÖZI HÍREK

AZ AMERIKAI ÉS KÍNAI VENDÉGEK MÁR KERESIK A KEDVEZŐ ÁRÚ AJÁNLATOKAT, MIUTÁN A BREXIT HÍRÉRE AZ ANGOL FONT JELENTŐSEN VESZTETT ÉRTÉKÉBŐL

- Amerikai és kínai online foglalási portálok arról számoltak be, hogy az angol fontnak a Brexit-ről szóló népszavazást követő jelentős leértékelődésének eredményeként ugrásszerűen megnőtt az érdeklődés a Nagy-Britanniába irányuló utazások iránt. Az utazási irodák, szállodaláncok képviselői még nem tudják, hogy egy tartós folyamatról van-e szó, de tájékoztatásuk szerint jól érzékelhető, hogy megnőtt a kereslet az olcsó, városnéző utak iránt. A kínai Ctrip.com – Kína legnagyobb online utazási portálja – igyekszik kihasználni a hirtelen megnőtt érdeklődést, ugyanis azt hirdetik honlapjukon, hogy egy vakáció Nagy-Britanniában idén nyáron kb. 30%-kal olcsóbbá vált. Egy prospektust is megjelentettek, amin egy angol zászlós trikóban van egy táncoló figura, s alatta a szlogen „Brexit, utazzon olcsóbban Nagy-Britanniába” kínai nyelven. A háttérben pedig egy az Európai Unió zászlaját viselő, síró, integető figura látszik.
- Az USA-ban a Priceline portfóliójába tartozó Kayak arról számolt be, hogy a Brexit szavazást követően 54%-kal megnőtt az Egyesült Államokból a Nagy-Britanniába irányuló utazásokkal kapcsolatos keresés a korábbiakhoz hasonlóan.
- Érdekes, hogy ugyanakkor 46%-kal nőtt Nagy-Britanniából az USA-ba irányuló repülő járatok iránti érdeklődés is. Ezt azzal magyarázzák, hogy a britek attól tartanak, hogy rövidesen erősen nőni fognak a viteldíjak, s ezt szeretnék megelőzni.

A LEGJOBB TÖRZSVENDÉG PROGRAMOK 2016 JÚLIUSÁBAN

A nyaralás örömeit növelheti, ha a vendégek kihasználják a szállodaláncok törzsvendégprogramjai kínálatát lehetőségeket. Ezek közül néhány:

- ◆ **A Marriott** a Latin Amerikában és Karib térségben lévő üdülőszállodáiban kizárólag törzsvendégeinek kínál egyes hotelekben akár 35% árkedvezményt idén augusztus december között amennyiben a szobafoglalásra július 31.-ig sor kerül. A szobát foglalók még 10.000 bónusz pontot is kaphatnak, ha a foglalás szeptember 6.-e előtti időszakra történik.
- ◆ **A Best Western** akciója más szállodaláncok törzsvendégprogramjaiban résztvevők részére kínál extra kedvezményeket azoknak, akik december 31.-ig foglalnak szobát 2017-re.
- ◆ **Az Intercontinentál** Európában idén megnyílt szállodáiban kínál 1.000 bónusz pontot és ingyenes WIFI-t a nyári időszakra szobát foglaló törzsvendégeinek. Így többek között a manchesteri és moszkvai Holiday Innben, az isztambuli Crowne Plazaban, az új Intercontinentálban Bordeauxban és Londonban.
- ◆ **A Marriott** törzsvendégprogramjaiban partner légitársaságokkal közösen azok járatain felhasználható 1.000 bónusz pontot kínál azon törzsvendégeinek, akik valamelyik európai szállodájukba foglalnak szobát 2016. szeptember 11-ig.



- ◆ **A Hilton** „extra finomságokkal” igyekszik megnyerni törzsvendégeit. Ilyenekben részesülnek azok, akik legalább 2 éjszakára szobát foglalnak valamelyik new yorki szállodájukba július és 2017 március 31. közötti időszakra. Egyes szállodáiknál – melyekbe a vendégek legalább 4 éjszakára foglalnak szobát – pedig 100 USD American Express ajándékkártya és 25 USD értékű Übernél felhasználható voucher a vendégek jutalma. A Hilton csoport által üzemeltetett Waldorf Astoria – amely várhatóan rövidesen felújítás miatt be fog zárni – 5.000 bónus pontot kínál azoknak a törzsvendégeknek, akik legalább 2 éjszakára szóló foglalást végeznek a december 31.-ig időszakra.

A MARRIOTT – STARWOOD LÁNCOK EGYESÜLÉSE JELENTŐSEN MEGVÁLTOZTATHATJA AZ ÜZLETI UTAZÁSOK VILÁGÁT, EZÉRT A CARLSON WAGONLIT TRAVEL (CWT) ARRA ÖSZTÖNZI „CORPORATE PARTNEREIT”, HOGY MINÉL ELŐBB KEZDJÉK MEG SZERZŐDÉSEIK MEGÚJÍTÁSÁRA VONATKOZÓ TÁRGYALÁSAIKAT

A Carlson Wagonlit elemzése szerint a két szállodalánc összeolvadása eredményeként a világ 20 legnagyobb városa közül 14-ben az üzleti utazások 1/3-a, egyes nagyvárosaiban pedig mintegy 50%-a ezek hoteljeiben fog realizálódni.

A két vállalat szállodái Minneapolisban 50, Mexikó Cityben 48, Los Angelesben 46, Montreálban 43, San Franciscóban 36, New Yorkban 31., Chicagóban 30, Amszterdamban 20, Szingapúrban 17, Párizsban 14, Tókióban 14, Sao Paoloban 12, Londonban 10%-át teszik ki az ezekben a városokban levő összes szállodának.

A CWT megállapítása szerint a Marriott vállalatra már korábban is az volt a jellemző, hogy más láncoknál kevésbé volt hajlandó az ún. RFP – request for proposal – folyamatban részt venni, azaz ún. „corporate szerződéseket” kötni. A két lánc egybeolvadása várhatóan ennek az üzletpolitikának a folytatását fogja jelenteni, ami jelentős hatással lesz az üzleti utazók részére kínált szobák értékesítésére. A változások minden bizonnyal érinteni fogják az üzleti utazóknak kialakított eddigi törzsvendég programokat is. A két korábbi lánc egyesülése nyilvánvalóan erősíteni fogja a kombinált törzsvendégprogramokat, erősíteni fogja a corporate partnerekkel szembeni tárgyalási pozíciójukat.

Emiatt a CWT a következőket javasolja partnereinek, hogy erre a helyzetre a következők szerint készüljenek fel:

- ◆ Értékeljék a szállodai piacot, nézzenek utána, hogy az egyes láncoknak mi a piacrészesedése a számukra fontos városokban, milyen alternatív szállodákat tudnak igénybe venni a nagy láncok mellett.
- ◆ Legyenek rugalmasak a 2017 évi tárgyalásaik során.
- ◆ A saját „utazási politikájukat” szükség szerint módosítsák.
- ◆ Partnereiket tájékoztassák a kialakult helyzetről, annak várható hatásairól.



MELYIK AZ AZ ÖT LEHETŐSÉG, AMELY AZ AIRBNB ESETÉBEN NEM ÁLL RENDELKEZÉSRE, DE AMELYEK A HOTELEK SZÁMÁRA MARKETING TERÉN „ARANYBÁNYÁT” JELENTHETNEK

Köztudott, hogy az AirBnB népszerűsége növekszik az üdülő vendégek körében is. Éppen ezért fontos, hogy a szállodások használják azokat az elemeket, melyeket csak a hotelek tudnak kínálni. Az alábbiakban ezek közül mutatunk 5-öt:

1. Törzsvendég programok

A vendégek számára a törzsvendég programokban való részvétel számos előnnyel jár, de sokan közülük nem ismerik ezeket, azt sem tudják, hogy a törzsvendég programokban való részvétel ingyenes. Ilyen előnyök pl. a garantált kedvező árak, az ingyenes WIFI, a tartózkodások során szerzett pontok díjmentes tartózkodásra való felhasználhatósága.

- Éppen ezért a törzsvégprogramokban rejlő lehetőségeket jobb kihasználása érdekében a hotel saját honlapján fel kell hívni a figyelmet ezekre. Ezek bemutatására, hirdetésére van szükség lehetőleg a „fogalási ablak” közvetlen közelében.

2. Megbízható, felelős vendégvélemények bemutatása

- Az AirBnB kínálatában levő lakásokat a vendégek sokszor azért foglalják, mert arra számítanak, hogy ezeken keresztül egyedi élményekkel ismerkednek, helyi sajátosságok megismerésével gazdagodnak. Ugyanakkor egyre több olyan vendégészrevétel válik ismertté az AirBnB által kínált lakásokkal kapcsolatban, hogy azok csalódást okoztak, mivel a lakások bérbe adói nem a valóságnak megfelelő tájékoztatást adták. Olyan tapasztalat is van, hogy az AirBnB-nél mindig pozitív vendégvélemények találhatók, negatív soha. A lakásokat bérbe vevőktől olyan kommentek is rendszeresen érkeznek, hogy azok, akik negatív tapasztalataikat osztották meg, a későbbiekben nem tudtak lakást bérelni a portálon.
- Fontos, hogy a szállodák segítsék, hogy minél több komment jelenjen meg róluk, bármi legyen is a vendég tapasztalata. Természetesen az a cél, hogy a nyújtott magas színvonalú szolgáltatás eredményeként a pozitív, de a valóságnak megfelelő, felelős vélemények domináljanak. Ebben sokat segíthet, ha a hotel a valóságnak minden szempontból megfelelő tájékoztatást nyújt szolgáltatásairól, azaz csak olyant „ígér”, amit maradéktalanul teljesíteni tud.
- Fentiek érdekében javasolható, hogy a hotel saját honlapja, s egy független, megbízhatónak tartott vendégvélemény gyűjtő portál között egy „link” legyen.
- Az is jó megoldás, ha a pozitív vendégvéleményeket a „social media” segítségével megosztják, terjesztik
- Elengedhetetlen, hogy úgy a pozitív, mint a negatív kommentekre, azok minél nagyobb részére reagáljon, válaszoljon a szálloda. Bár – főleg egy nagyobb hotel esetében – szinte lehetetlen minden vendég kommentre reagálni, arra kell törekedni, hogy a negatívok 100%-ra, a pozitívok 30%-ra kapjon a vendég választ. A vendégek véleményére történő válaszadás



az egyébként „arc nélküli” szálloda részére lehetőséget jelent, hogy a vendéggel párbeszédet folytasson.

3. Díjmentes, konzisztens szolgáltatások, bekészítések, figyelmességek

- A vendég utazásának motivációjától függően fontosak számára a hotelek által kínált díjmentes szolgáltatások, figyelmességek. Az üzleti utazók számára fontos lehet a szoba szerviz, a szobaárba beépített „complimentary” reggeli, a törzsvendégek részére az igazgató meghívása egy „free” cocktailra vacsora előtt, stb. Mind erre az AirBnB nyilván nem képes.
- Honlapján „szenteljen” külön helyet fő szegmensének
Ha egy szálloda számára fontos a „konferencia” vendégkör, honlapjukon azok számára fontos információkról, tudnivalókról adjanak folyamatosan tájékoztatást. Jó példa erre az Embassy Suites by Hilton Convention Center Las Vegas hotel gyakorlata.

4. Biztonság

- A vendégek nagy többsége általában azt feltételezi, hogy az utazások során balesetek, sérülések ritkán fordulnak elő, ezért azt jó tudni, hogy az AirBnB által közvetített lakások semmiféle egészségügyi, biztonsági előírásnak nem kell, hogy megfeleljenek. Bár a biztonságot nem szokás hirdetni, mégis fontos, hogy a szállodások megtalálják a módját annak, hogy a vendégek figyelmét felhívják arra, hogy hoteljük megfelel az ilyen követelményeknek.
- A legjobb megoldás, ha már a honlapon választ adnak a vendégek biztonsággal kapcsolatos esetleges kérdéseire.

5. Különleges ajánlatok, partnerség helyi attrakciók működtetőivel

- Egy szállodának számos lehetősége van arra, hogy helyi vállalkozásokkal együttműködést alakítson ki, velük közösen egyedi csomag ajánlatokat készítsen, melyeket a saját honlapon, a „social media”-ban, a saját honlapjukon hirdet, forgalmaz.
- Erre lehet megoldás, ha pl. egy helyi nevezetességre belépőket forgalmazó szolgáltató elérhetősége biztosított a szálloda honlapján. Sok szálloda alakított ki ilyen partnerséget a Disney World belépőjegy irodáival.



A STARWOOD TOVÁBB NÖVELI KULCS NÉLKÜLI SZOBÁINAK SZÁMÁT

- A Starwood volt az első szállodalánc, amely 2014 novemberében bejelentette, hogy vendégeik hagyományos kulcsok helyett okos telefonra tölthető applikáció segítségével lépjenek be az általuk üzemeltetett szállodák szobáiba.
Jelenleg már a szállodalánc 160 hoteljében, 36.000 szoba esetében – az Aloft, az Element és a W barndeknél – áll rendelkezésre ez a szolgáltatás kizárólag a Starwood Preferred Guest törzsvendég program tagjai számára.
- A következő hónapokban bevezetésre kerül ez a technológia a Le Meridien, a Sheraton, a Westin és a Four Point by Sheraton számos tagszállodájában is.
- Az új technológia tovább fejlesztését jelenti, hogy már 2 különböző okostelefon is használható kulcsként egy szobához, illetve már a mobil check in is elvégezhető azon a törzsvendégek esetében.
- A Starwood tájékoztatása szerint eddig törzsvendég programjuk több, mint 350.000 tagja regisztrált az okostelefonra letölthető fenti szolgáltatásra.