

HOTREC ÁLLÁSFOGLALÁS AZ INTERNETES SZOBAFOGLALÁSOKKAL KAPCSOLATBAN

Az egész világon, így Európában is a szállodaiipar számára egyre fontosabbá válnak az interneten történő szobafoglalások. Ezek között folyamatosan nő néhány globálisan működő szobafoglalási portál (On – line Travel Agent - OTA) részesedése, amelyektől a hotelek egyre inkább függővé válnak. Európában átlagosan a szobafoglalások 1/3 – át interneten bonyolítják, aminek aránya gyors ütemben emelkedik.

Az elmúlt néhány évben az OTA – k, az On – line Review Site - ok (internetes Véleménygyűjtő portálok) és az un. Meta – Search Engines (Ár összehasonlító portálok) egyre inkább közeledtek egymáshoz, számos esetben összeolvadtak, gyakorlatilag ma már sok esetben nincs különbség közöttük. Manapság az OTA – k általában gyűjtik a szállodákkal kapcsolatos vendégvéleményeket, a Véleménygyűjtő portálokon pedig szobafoglalás is lehetséges. Az Ár összehasonlító portálok is lehetővé teszik a szobafoglalást, s megjelenítenek vendégvéleményeket. Ezek mellett viszonylag új jelenségnek lehet tekinteni, hogy megjelentek az un. Peer – to - Peer (magánszemélyek szolgáltatásait megjelenítő) platformok, amelyek a szállásadás piacán magánlakások foglalását teszik lehetővé meglehetősen szabályozatlan körülmények között.

A szobafoglalást lehetővé tevő portálok piacával kapcsolatban megállapítható, hogy a releváns piaci szereplők száma csökken, oligopóliumok kialakulásának jelei mutatkoznak. Ezekről az internetes értékesítés terén tapasztalható változásokról az európai szállásadás piacán - amelyet még mindig a kis és közepes méretű vállalkozások jellemeznek - a szállodaiipar egyre több képviselőjének az a véleménye, hogy azok számukra hátrányos, nem fair körülményeket teremtenek.

A szállodaiipar véleménye szerint a termék, annak ára és az értékesítés feltételei feletti kontrollnak a szállodák kezében kell maradnia. Ugyanakkor fenti változások következtében egyre több szálloda elveszti ellenőrzését ezek felett az internetes értékesítésben meghatározó szerepet játszó partnerek növekvő ereje, nyomása következtében.

Fentiek miatt a HOTREC az alábbiak szerint felülvizsgálta az On – line értékesítés Fair gyakorlatára vonatkozó elveit annak elősegítésére, hogy a szállásadás piaca a vendégek, a közvetítők és a szállodák részére egyaránt átlátható, nyitott, s korrekt feltételeket biztosítson:

1. Nem engedhető meg a szállodák nevének, domain nevének jogosulatlan használata on – line marketing céljából (Pl. kereső motorok - search engine – k által)

Ennek oka, hogy számos szobafoglalási portál a szállodák védett nevét – azok tudta és beleegyezése nélkül – felhasználja on – line marketingben, hogy az on – line megjelenő vendégigényeket saját foglalási portáljukra tereljék. Ugyancsak tilos, hogy szállodák nevét OTA – k, kereső motorok un. keresőszavas marketingre használják.

2. Nem lehet kötelezővé tenni az un. rate parity - -t

Egyes szobafoglalási portálok megkövetelik a szállodáktól, hogy azok adott szobatípust azonos áron és foglalási feltételekkel jelenítsenek meg minden on-line és off-line csatornán. Ez a széles körben terjedő gyakorlat a szabad ármegállapítás jogát elveszi a szálloda üzemeltetőjétől, s ezáltal torzítja a szabad piaci versenyt. Már létezik olyan hivatalos jogi állásfoglalás, amely szerint a rate parity megkövetelése az európai versenyszabályok megsértését jelenti.

3. Nem lehet kötelezővé tenni az un. availability parity – t (a teljes szobakapacitáshoz biztosított értékesítés joga)

Ha egy szállodának szerződés szerint bármely partnerének biztosítani kell a teljes szobakapacitáshoz való hozzáférés jogát, ezzel elveszti terméke felett kontrollját. Ugyanilyen ok miatt elfogadhatatlan, hogy bármely on-line értékesítési partnere részére un. last room availability –t adjon. (az utolsó szabad szobára vonatkozó értékesítés joga).

4. Nem lehet kötelezővé tenni az előírt minimum számú szobára vonatkozó értékesítés jogát

Szobafoglalási portálok részéről megjelenő igény, hogy szerződésben határozzák meg a számukra szobatípusonként biztosított minimum számú szobát. Ez különösen a kis és közepes méretű, valamint azon szállodák számára hátrányos, melyeknél jelentős a szezonális ingadozás a keresletben.

5. Nem lehet előírni a szálloda minden ajánlatához való hozzáférés kötelezettségét

Amennyiben egy szállodának szerződés szerint vállalnia kell, hogy minden szobatípusához és általa kínált package – hez szabad hozzáférést kell biztosítania értékesítési partnerének, elveszti rugalmasságát, amely biztosítja, hogy alkalmazkodjon értékesítési tevékenységében a piaci igényekhez.

6. Nem fogadható el, az un. átláthatatlan besorolási modell

A szálloda részére biztosítani kell, hogy szerződéses partnere – pl. OTA – honlapján milyen elvek határozzák meg megjelenésének sorrendjét (ranking). Vendégvélemény gyűjtő, Ár összehasonlító portáloknál egyebek mellett ilyen elvek lehetnek a csillagbesorolás, a vendégek ajánlásai, az árak, az elhelyezkedés stb. Ugyanakkor amennyiben a szobafoglalást lehetővé tevő portálon való megjelenést az is befolyásolja, hogy a szálloda mennyi plusz jutalékot hajlandó adni, akkor a vendéget erről tájékoztatni kell.

7. Biztosítani kell az árak egyértelmű, közérthető megjelenítését

Elfogadhatatlan egyes szerződéses partnereknek az a gyakorlata, hogy olyan kedvezményes árakon hirdetnek szolgáltatásokat, melyekre nincs szerződésük a szállodával, s ezt a gyakorlatot azzal a céllal folytatják, hogy a szobafoglalási igényt a saját honlapjukra tereljék. Hasonlóképpen nem fogadható el az a gyakorlat, amikor pszichológiai nyomás alá helyezik a szobát foglalni kívánó vendéget azzal, hogy olyan kifejezéseket használnak, mint pl. „már csak 2 szoba maradt”, „38 vendég foglalt szobát ebbe a hotelbe az elmúlt 24 óra során”, „21 vendég foglalási van folyamatban ebben a szállodában jelenleg” stb.

8. Megfelelő válaszadási idő biztosítása

A szerződés partnerek általában 2 naptól, 6 hétig terjedő időt biztosítanak a szállodák részére ahhoz, hogy a megvalósult szobafoglalásokról szóló kimutatást összeállítsák, figyelembe véve a no show – kat, a lemondásokat, a jutalékok nagyságának megállapításához. Különösen kis és közepes méretű szállodáknak ehhez hosszabb időre van szükségük.

9. Nem lehet elvárni jutalék fizetését no show esetén

Elfogadhatatlan az az egyes szerződés partnerek részéről felmerülő igény, hogy no show esetén is jutalék fizetésére kerüljön sor.

10. Együttműködés képzett channel managerrel

Első sorban kis és közepes méretű szállodáknál – melyeknél a digitális értékesítési ismeretek nem kielégítőek - fontos, hogy megfelelő támogatást kapjanak a szerződéses partner képzett channel managerétől. Az erre irányuló kérés nem utasítható vissza.

11. A szálloda és az on – line értékesítésében részt vevő szerződéses partnere közötti szerződés kölcsönösen kötelező érvényű

A szállodát szerződéses partnerének tájékoztatnia kell, hogy a hotelt mely csatornákon viszi piacra. A hotelt erről előzetesen kell értesíteni, s biztosítani kell részére a jogot, hogy azt elfogadja, döntését esetleg később módosítsa.

12. Nem engedhető meg a szálloda által kínált „package” szétbontása

Tour operátorok részére a szálloda által készített csomagajánlat megbontva – pl. „csak szoba” - az interneten nem forgalmazható.

13. Szállodák hivatalos kategória besorolása

Nem fogadható el, hogy szerződéses partnerek saját maguk által megállapított „kategóriákba” sorolják a hoteleket. Ezzel ellentétben az várható el tőlük, hogy a hivatalos csillagbesorolást alkalmazzák, s azt rendszeresen frissítsék a hotelek hivatalos kategorizálását összefoglaló adatbázisok szerint. Ezen túlmenően a szerződéses partnereknek tájékoztatást kell adni az adott országban érvényes hivatalos szállodai besorolásról. Nem engedhető meg, hogy csillagmegjelölést használjanak a vendégvéleményeknél, mert ez a szállodák besorolásánál zavart okoz.

14. A kereső motoroknak azonos feltételek szerint kell megjeleníteni a szállodákat

A kereső motoroknak biztosítani kell, hogy minden hotel azonos esélyt kapjon a megjelenésben, abban ne játszanak szerepet olyan tényezők – pl. fizetett jutalék – mint az OTA – k, stb. esetében. Az tekinthető általánosan elfogadható szabálynak, ha a képernyőn való megjelenés legfeljebb 30 % - ban van szerepe a fizetett szolgáltatásnak, s a maradék felületen az organikus keresési eredmények jelennek meg a szállodák.

15. Az ár összehasonlító portáloknak (meta search engines) a szállodák honlapjait azonos elvek szerint kell kiválasztani, azokat azonos formában kell megjeleníteni

Az ár összehasonlító portáloknak a szállodák honlapjait, a szállodaláncok központi szobafoglalási (Central Reservation System – CRS) adatait azonos formában kell bevinni és megjeleníteni. Ha egy adott szálloda legjobb ára annak saját honlapján található, a vendéget arról tájékoztatni kell.

16. Az EN ISO 18513:2003 szerinti terminológiát kell használni

A szerződéses partnerek – pl. szobafoglalási portálok, stb. – honlapjukon nem keverhetik, nem jeleníthetik meg vegyesen a szállodák és egyéb kereskedelmi szálláshelyek ajánlatait. A vendég számára egyértelműen azonosíthatóan kell feltüntetni a szálláshely típusát. A szálláshely kategóriáját kizárólag az európai EN ISO 18513:2003 terminológia szerint lehet bemutatni.

17. Vendégvélemények esetében figyelni kell, hogy azok ne legyenek manipuláltak, csalásra alkalmasak

17.1. Szerkesztői kontroll

Vendégvélemények csak úgy jeleníthetők meg, hogy azok előzetesen képzett szerkesztői kontrollon átmentek, amely kiterjedt a vélemények eredetiségére, megbízhatóságára, a vélemény bevitelének jogszerűségére.

17.2 Anonimitás

A vendégvélemény gyűjtő portál működtetőjének ellenőriznie kell a vendég e-mail címét, nem fogadhatók el az ideiglenes címekről érkező kommentek. Ezen túlmenően a portáloknak ösztönözni kell a vendégeket, hogy ne bújjanak az internet anonimitása mögé. Jó megoldás, ha a portál a vendégnek felkínálja a lehetőséget, hogy esetleges kritikája mellett azt is megadja, milyen módon kerülné el a kifogásolt hibát.

17.3 Igazi vendégről van e szó?

Fontos, hogy a vendégvélemény gyűjtő portálokon kizárólag olyan vélemények jelenjenek meg, melyek a hotelben valóban megfordult vendégektől származtak. Ezért csak olyan kommentek fogadhatók el, melyeknél megadják a tartózkodás idejét. Ezen túlmenően csak olyan szolgáltatásokról lehet észrevételt elfogadni, melyeket a vendég igénybe is vett. A vendégek részére biztosítani kell, hogy saját fogalmazásában írja meg véleményét.

17.4 Semlegesség

A véleménygyűjtő portálokon megjelenő kommenteknek elfogultságtól mentesnek, a valóságot tükrözőnek kell lenniük, tehát nem lehetnek olyanok, hogy a potenciális vendégek szobafoglalásait egy 3. foglalási portál felé irányítsák.

17.5 Minőség biztosítása

A véleménygyűjtő portáloknak fel kell tüntetni a kommentek forrását - amennyiben azok egy 3. portálról származnak - annak érdekében, hogy úgy a potenciális vendégek, mint a szálloda üzemeltetők utána tudjanak nézni az egyes észrevételeknek.

17.6 Korrekt, friss adatok

A vélemény gyűjtő portáloknak gondoskodniuk kell arról, hogy honlapjukon a szállodákra vonatkozó adatok – cím, tartalom, árak, stb. – pontosak legyenek, azokat a szálloda üzemeltető kérésére azonnal módosítsák.

A portálok kizárólag a legújabb kommenteket mutathatják be. Maximum 2 év után azokat automatikusan törölni kell, azaz az ennél régebbi vélemények nem befolyásolhatják a szálloda honlapon megjelenő pozícióját. (ranking)

17.7 Értékelési szempontok

A véleménygyűjtő portáloknak segítséget kell nyújtania a vendégek részére értékelési szempontok, megfelelő részletek megadásával, valamint lehetővé kell tenni, hogy az érintett hotel rá tudjon kérdezni az egyes kommentekre.

17.8 A válaszadás joga

Amennyiben egy hotelre – legyen az pozitív, vagy negatív – komment érkezik, a szálloda arról automatikusan azonnal értesítést kell kapjon e – mailben, s fel kell kínálni a hotelnek a válaszadás lehetőségét. Így a hotel értékelve a vendégvéleményt megteheti a szükséges intézkedést, azonnal orvosolhatja a vendég esetleges panaszát. Ezáltal lehetőség van arra is, hogy ha van hivatalos szállodaipari ombudsman, azt közvetítésre igénybe vegyék.

17.9 Jogi megbizonyosodás

A véleménynek igaznak, az érintett saját tapasztalatán alapulónak kell lenni. A szállodáknak jogi védelemben kell részesülniük rágalmazásnak minősülő negatív észrevételek esetére, s erről a kommentelőket tájékoztatni kell. A tényszerűen hamis állításokat a vélemény gyűjtő portálokról gyorsan, bürokráciamentesen el kell távolítani.

18 Átláthatóság

A véleménygyűjtő portálok működtetőinek tájékoztatni kell a felhasználókat tevékenységük jellegéről, hogy számukra világos legyen, hogy olyan portálról van e szó, amely csak kommenteket gyűjt, vagy olyanról, amelyen közvetve, vagy közvetlenül szobafoglalás is végezhető.

19 Nem engedhető meg, hogy illegálisan működtetett szállások ajánlatait megjelenítsék

A szobafoglalási és különösen a magánszemélyek által magánszemélyeknek nyújtott szolgáltatásokat kínáló (Peer to Peer) portáloknak felelősséget kell vállalniuk, s viselniük kell annak következményeit, ha illegálisan működtetett szálláshelyek ajánlatait megjelenítik honlapjukon.