

## EURÓPA VÁLIK AZ AIRBNB LEGFONTOSABB PIACÁVÁ

Míg hazai pályán - New Yorkban, San Franciscóban – egyre nagyobb ellenállással, több problémával néz szembe az Airbnb, addig Európában sokkal barátságosabb szabályozási környezettel találkozik. Jelenleg forgalmának 55 % - a származik az „öreg kontinensről”. Brian Chesky – az Airbnb – CEO – ja nem tudja, mi lehet ennek az oka. „Talán a több ezer éves európai kultúrával, a kontinensen levő sok kis országgal, a bed & breakfast típusú szállodákkal” magyarázható a barátságosabb fogadtatás, mondja.

Az Airbnb – melynek piaci értéke jelenleg 10 milliárd USD - befektetői nemrég 500 millió USD tőke injekcióval segítettek, hogy megkönnyítsék a több helyen tapasztalt szigorúbb szabályozás által támasztott akadályok legyőzését. Ez lehetővé teszi, hogy gyorsítsák a nemzetközi terjeszkedést, fokozzák a marketing tevékenységet, s új szolgáltatásokat vezessenek be.

## A VENDÉGVÉLEMÉNYEK NYOMON KÖVETÉSE NAGYON HASZNOS LEHET, MÉGIS KEVESEN ÉLNEK VELE

Bár az on-line érkező vendégvéleményekből sok fontos információ szűrhető le, mégis csak kevés szálloda kíséri azokat figyelemmel. Ezt állapította meg egy az Econsultancy által – Nagy Britanniában – a közelmúltban elvégzett felmérés. Ennek oka talán az lehet, hogy a vendégvéleményeket gyűjtő legismertebb portál – a Tripadvisor – esetében sok esetben tapasztalható, hogy azon hamis, vagy rosszindulatú bejegyzések jelennek meg. A most elvégzett felmérés azonban azt mutatja, hogy mégis érdemes a szállodásoknak nagy figyelmet fordítani a hoteljükkel kapcsolatos véleményekre, mert

- ha két szálloda árai azonosak, a vendégek 3,9 – szer nagyobb valószínűséggel azt választják, amelynél a vendégvélemények átlag értéke magasabb,
- akkor is ezt teszik, ha a magasabb értéket elérő hotel emeli az árait,
- a vendégek 76 % - a hajlandó többet fizetni jobb értékelésekkel rendelkező szállodáért.

## TOVÁBB NÖVEKSZIK A GOLF TURIZMUS

Miközben néhány napja a skót függetlenségről szavaztak, Skóciában – Gleneagles – ben – került sor az Egyesült Államok és Skócia csapatai közötti hagyományos – 1921 óta évente megrendezésre kerülő - golf versenyre. A turizmus, a szállodaipar szempontjából előnyösnek tekinthető, hogy az elmúlt évtizedben a golf iránti érdeklődés robbanásszerűen erősödött az egész világon. A hagyományos golf desztinációk – mint az Egyesült Államok, a Karib tenger térsége, egyes európai országok mellett Ázsiában – s különösen Délkelet – Ázsiában -, a Közel – Keleten, Új – Zélandon is nőtt a kereslet. Szakértők szerint megváltozott a golf turizmus résztvevőinek típusa is. Megnőtt közöttük a nők, a gyerekek, a házaspárok aránya. Elmúltak azok az idők, amikor a golf a „papák játéka” volt. Új jelenség az is, hogy a „golf szegmens” utazói egyedi, különleges élményeket keresnek, s azokért távoli desztinációkat is hajlandók felkeresni. Az is megfigyelhető, hogy a golf játékosok átlag életkora alacsonyabb a korábbinál, s ezek fogadására, az általuk elvárt szolgáltatásokra kell felkészülniük a golf kluboknak, golf üdülőhelyeknek.

## HA NEM TUDOD LEGYŐZNI, PRÓBÁJ MEG EGYÜTTMŰKÖDNI VELE

Megjelenése óta az egész világon viták övezik az Airbnb tevékenységét. A vélemények megoszlanak. Vannak, akik egyet értenek annak koncepciójával, mondván, hogy az elősegíti az utazás terjedését, a turisták számának növekedését. Ezzel szemben a szállodaipar képviselői tiltakoznak ellene, mert vendégeket vesz el tőlük, az Airbnb nem tesz eleget az adózási szabályoknak, s különféle a hagyományos kereskedelmi szálláshelyekre vonatkozó hatósági előírásoknak.

A közelmúltban egy spanyol szállodalánc, a Room Mate Hotels – amely az Egyesült Államokban, Nagy Britanniában, Spanyolországban, Olaszországban, Hollandiában, Törökországban, Mexikóban üzemeltet hoteleket - „Be Mate” néven egy olyan kezdeményezésbe kezdett, amely együttműködést jelent az Airbnb – vel.

Látva, hogy a Room Mate Hotels szállodáinak környezetében rohamosan növekszik az Airbnb – hez csatlakozó lakások száma – esetenként több száz ilyen lakás van a lánc egy – egy hoteljének 500 méteres körzetében – a lánc együttműködést kínál a lakástulajdonosoknak, illetve az azoknál megszálló vendégeknek a következők szerint:

- A lakástulajdonosoknak, - melyek a helyi szabályozás követelményeit, illetve a Room Mate lánc minőségi követelményeit teljesítik - lehetővé teszi, hogy szobafoglalási rendszerében is szerepeltessék lakásukat, azok ott is foglalhatók legyenek.
- A lakástulajdonosok igénybe vehetik a Room Mate takarítási szolgáltatását, a lakáskulcsok felvételével, leadásával kapcsolatos teendők ellátását, valamint olyan szolgáltatásokat, melyeket a lánc hoteljei saját vendégeiknek kínálnak. Pl. különtermek, vendéglátás, transzferek stb.
- A Room Mate azt is tervezi, hogy olyan piacokon is szobafoglalási lehetőséget fog kínálni az Airbnb – ben regisztrált lakásokra, melyeken saját szállodával még nem rendelkezik.

## SAN FRANCISCÓBAN AZ AIRBNB IS FEL FOGJA SZÁMÍTANI VENDÉGEINEK AZ IDEGENFORGALMI ADÓT

San Franciscóban 2014 október 1. – től az Airbnb is fel fogja számítani vendégeinek a városban levő szállodákra érvényes 14 % idegenforgalmi adót, tájékoztat a ma már 10 milliárd USD piaci értékű vállalat közleménye. Az Airbnb által San Franciscóban beszédre kerülő idegenforgalmi adó összege várhatóan évente 11 millió USD – vel gazdagítja a város bevételeit. Erről a plusz teherről honlapjukon fogják tájékoztatni a náluk szobát foglaló vendégeket. Arról nem szól a közlemény, hogy a cég indulása óta eltelt 6 év alatti időszakra visszamenően befizetik e az idegenforgalmi adót.

## A VÁSÁRLÁS EGYRE NÉPSZERŰBB PROGRAM AZ UTAZÁSOK SORÁN

Egy - az ITB Berlin megbízásából a World Travel Monitor és az IPK által készített – felmérés szerint 3 külföldi utazás közül 1 esetében a vásárlás a fő motiváció, időtöltés. Ez ma már nem csak az Ázsiából érkező vendégekre jellemző. A felmérés szerint a külföldi utazásai során legtöbbet költő vendégek a Kinából, Malájziából, Indiából érkezők, átlagos költésük szerint, ebben a sorrendben. A Dél –

Amerikából érkezők között a legtöbbet a mexikói, az argentin és a chilei turisták költik. Ezzel szemben az Egyesült Állomokból érkezőknek csupán 30 % - a számára fontos a vásárlás.

Az európai turisták között a legtöbb időt és pénzt a finn, a német, a francia, a svéd és az orosz turisták fordítanak vásárlásra.

Érthető módon első sorban a városlátogató turisták esetében fontos a vásárlás, mint időtöltés. Ennél a szegmensnél – világviszonylatban - az utazók 50 % - nál volt ennek nagy jelentősége, míg az Ázsiából érkezőknél 80 % volt az arány.

Egy városnak, mint utazási célnak az eldöntésénél a 3 legfontosabb szempont egyike a vásárlási lehetőség, az ott levő attrakciók és a város hangulata mellett. Figyelemre méltó, hogy a tengerparti üdülés esetében is 3 turista közül 1 úgy gondolja, hogy a vásárlási lehetőség fontos az utazási döntésnél.

Európában – a vásárlás attraktivitása szempontjából – az Egyesült Királyság, Franciaország, Németország, Olaszország, Spanyolország és Törökország volt a sorrend a felmérés szerint.

A jó vásárlási lehetőségek minden korosztály számára, iskolai végzettségtől és jövedelmi helyzettől függetlenül egyformán fontosak.

## ÚJ MARKETING TRENDEK A TURIZMUSBAN

A Brit Utazási Irodák ( ABTA ) 2014 évi kongresszusán számos olyan új trenddel foglalkoztak, melyek várhatóan jelentős hatással lesznek a turizmus piacára.

Ezek között volt az ún. Peer to Peer business erősödése. Pl. az Airbnb rohamos piaci térnyerése, amely főleg a szállodákat, szállodalánccokat érintheti negatívan, hacsak azok nem találják meg az együttműködés módját.

Új, erősödő trendnek tekinthető a social média térnyerése is, amely a közösséghez való tartozás szükségessége érzésének terjedéséből táplálkozik.

Az a tény is hatással lesz a turisztikai termékekre, szolgáltatásokra, személyzetre, vállalkozásokra, hogy nő az idős korosztály részaránya. Ez a korosztály – legalábbis a fejlett gazdaságú országokban - magasabb jövedelemmel rendelkezik a korábbiaknál, s többet tud, s akar utazásra költeni. Ugyanakkor egyes országokban 70 évre kívánják emelni a nyugdíj korhatárt, ami egy egész korcsoportot fog korlátozni az utazásban.

Egyre fontosabb elvárás az utazóktól, hogy az utazás élménye minden részletében kifogástalan legyen. Ma már sokan nem csak azt fontolják meg, hogy milyen légitársasággal utaznak, hanem azt is, hogy utazásuk során milyen repülőtereket vesznek igénybe.

## MIT VÁR A MUNKAADÓTÓL AZ X, A Y ÉS A NEXTERS GENERÁCIÓ

A szállodák egyik legnehezebb feladata a megfelelő munkatársak megtalálása, a különböző generációkhoz tartozók motiválása. A mai hotelek személyzetében esetenként még jelen vannak az ún. „csendes generáció” – az 1945 körül születettek -, de különösen az X generáció – az 1965 – 80

közöttiek - , az Y generáció – az 1981 - 1999 közöttiek, s már jönnek az un. Nexters generáció – a 2000 után születettek – képviselői is. Mindegyik generációnak más a gondolkodásmódja, eltérő az értékválasztása.

Az egyes generációkhoz tartozók nem egyformán gondolják, hogy hálásnak kell lenniük, ha egy szállodában munkaalkalomhoz jutnak. A munkaadóknak át kell értékelniük, amit eddig az alkalmazottak lojalitásáról gondoltak. Erről egy hotel X generációhoz tartozó munkatársa a következőket mondta: " Ha Ön lojalitást akar, vegyen magának egy kutyát." Az X generációhoz tartozókra jellemző, hogy technikailag magasan képzettek, lappal, Iphone - nal rendelkeznek, erősek ezek használatában, sokkal mobilabbak, mint a korábbi generációk, teljesen más az értékválasztásuk.

A szállodák vezetőségének, a HR részlegnek fel kell készülnie a különböző generációk kezelésére. Olyan kultúrát kell kialakítani, ahol az számít értéknek, hogy mindenki kész újat tanulni, alkalmazkodni a folyamatos változáshoz. Olyan környezetet kell teremteni, ahol öröm dolgozni. Nem azt kell mérni, milyen jól dolgozunk, hanem azt mennyire vagyunk képesek változni.

## A TRIPADVISOR SEGÍTSÉGÉVEL MÁR ON-LINE ÉTTERMI FOGLALÁS IS LEHETSÉGES

Miután 2014 májusában a Tripadvisor megvásárolta a Lafourchette portált, annak integrálásával a napokban beindította az on-line éttermi asztalfoglalást Franciaország, Spanyolország, Svájc és Belgium több, mint 13.000 éttermében.

Az éttermi asztalfoglalási opciót a Tripadvisor portálján egyes városok turisztikai szolgáltatásai között tették elérhetővé.

A vendégek számára az asztalfoglalás lehetősége jelenleg angol és spanyol nyelven áll rendelkezésre, s az nagyon egyszerűen elvégezhető. Az érdeklődők a portál segítségével megnézhetik az egyes éttermek étlapját, tájékozódhatnak az akciókról, kedvezményekről az un. Instant Reservation segítségével.

## BÁR A SZÁLLODAI ÁRAK EMELKEDNEK, MÉGIS A VILÁG KÜLÖNBÖZŐ RÉSZEIN SZÁMOS 5\* SZÁLLODÁBAN LEHET TALÁLNI KEDVEZŐNEK TEKINTHETŐ SZOBAÁRAKAT

Egy az Egyesült Államok - beli utazók körében a közelmúltban a HPI ( az USA – ban két évente elkészülő nemzetközi szállodai árakra vonatkozó felmérés ) által végzett felmérés szerint a legmagasabb árakat Tokióban, Rio de Janeiróban és Bostonban fizették 2014 I. félévében, ahol akár 500 USD is lehetett az éjszakánkénti szobaár 5\* hotelekben. Ugyanakkor egyes desztinációkban, melyek különleges attrakciókkal rendelkeznek – mint pl. Pekingben - melynek közelében található a Kínai Nagy fal -, vagy Isztambulban, - melynek egyedülálló nevezetessége a Nagy Bazár -, megfizethetők az árak még a luxus hotelekben is.

A HPI felmérése szerint a 10 legkedvezőbb árat kínáló 5\* hotel desztináció Európában és Ázsiában található. Ezek, s az ott működő 5\* hotelekben elérhető árak a következők voltak 2014 I. félévében:

1. Varsó 130 USD

2. Pisa	172 USD
3. Kairó	175 USD
4. Mumbai	179 USD
5. Delhi	179 USD
6. Bangkok	186 USD
7. Budapest	199 USD
8. Brüsszel	205 USD
9. Peking	209 USD
10. Isztanbul	210 USD

Hasonlóképpen elfogadható árakat lehet találni számos népszerű városban működő 4\* hotelben is. A HPI által végzett felmérés szerint a 10 legkedvezőbb árat kínáló 4\* hotel desztináció, s az ezekben elérhető árak 2014 I. félévében a következők voltak:

1. Bangkok	100 USD
2. Varsó	105 USD
3. Marakech	106 USD
4. Delhi	109 USD
5. Budapest	112 USD
6. Mumbai	112 USD
7. Dzsakarta	117 USD
8. Kairó	123 USD
9. Prága	123 USD

Budapest úgy az 5., mint a 4\* szállodák árait tekintve a legolcsóbbak egyike, miután a 10 város között a 7., illetve 5. helyet foglalja el.

