

Com a rentabilidade à frente de todos os nossos pensamentos no momento, chegou a hora de avaliar sua estratégia de distribuição.

Quando você tem dois quartos para vender e sete locais na extranet, o que você faz?

Procura eficiência em todos os locais na extranet através de um inventário agrupado. Uma ferramenta de gerenciamento de canais permite que você coloque o seu inventário inteiro e de última hora em um lugar.

Mais de sete em dez viajantes NEXTgen pensam na possibilidade de consultar as tarifas mais baixas disponíveis (77%), fotos do hotel/local turístico (73%) e as garantias das tarifas mais baixas disponíveis (72%), recursos de influência disponíveis na Internet, quando decidem o destino e os serviços de viagem. Além disso, a maioria dos viajantes NEXTgen consulta a disponibilidade de passagens aéreas, hotéis e aluguel de veículos (55%) de última hora e, ainda, agenda e confirma as atividades de férias antes da chegada (54%).

Fonte: PhoCusWright and Y partnership's the NEXTgen Traveler.

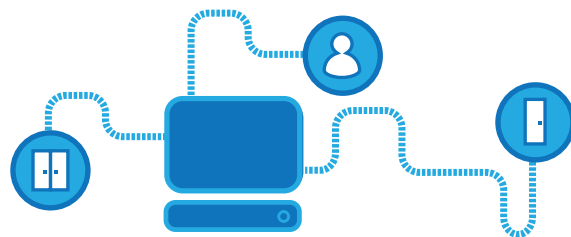
Você está se aproveitando da sua parte deste inventário de última hora?

Uma ferramenta de gerenciamento de canais permite que você mantenha o seu inventário de extranet disponível em vários sites de distribuição para as reservas de última hora. Isso reduz o risco de não vender um quarto por uma exposição limitada e eliminar a difícil decisão para qual canal atribuir o inventário.

À medida que o mercado on-line de viagens de negócios não gerenciado e de lazer nos Estados Unidos se desenvolve, parece que os sites de fornecedores e as agências de viagens on-line (Online Travel Agencies, OTA) conquistaram uma participação de mercado relativamente estável.

De acordo com a Online Travel Overview, oitava edição, da PhoCusWright, os sites de fornecedores são responsáveis por 61% do mercado on-line em oposição a 39% para as OTAs, em 2008. A pesquisa feita pela Forrester concorda. "Vemos cada vez mais as pessoas pesquisando os sites de agências de turismo e fazendo reservas nos sites dos fornecedores", disse Henry Harteveldt, vice-presidente e analista principal da Forrester.

Quando se trata de rentabilidade, nem todos os canais eletrônicos são criados da mesma forma. Perceba esse equilíbrio entre a distribuição direta por sites e a distribuição por meio das OTAs. Cada um dos três principais canais eletrônicos (site do hotel, OTAs e GDS) oferece um retorno diferente. Embora o primeiro local para maximizar sua exposição on-line seja o site do hotel, todos os canais desempenham sua função em uma estratégia de distribuição efetiva.



continuação »

Análise do documento: observações sobre a distribuição de Internet

Os três canais são recomendados para a máxima demanda e para otimizar a exposição. O gerenciamento de preços e de inventário por extranets é efetivamente essencial para garantir o mais alto retorno, mas também pode resultar em trabalho perdido, assegurando a atualização de todos os sites. O ChannelDirect oferece um modo eficiente de garantir a paridade de todos os canais. Com o gerenciamento eficiente de canais, você pode controlar e aumentar o alcance de sua distribuição com eficácia.

- 1. Estou conduzindo a maioria de meus negócios através dos canais mais lucrativos?**
- 2. Com quantas extranets estou trabalhando no momento?**
- 3. Atualmente, quanto tempo se dedica ao gerenciamento dessas extranets?**

A distribuição por OTAs é uma opção que vale a pena voltar a visitar em épocas de incerteza econômica, já que os orçamentos de marketing e os investimentos em tecnologia normalmente são baixos. Os sites da OTA atraem clientes que buscam negócios especiais.

Como a economia global continua instável, mais do que nunca os profissionais de hospitalidade são forçados a buscar novas oportunidades de geração de renda. Uma maneira para aumentar sua renda é reconhecer a renda inexplorada que pode vir de novos grupos internacionais de mercados direcionados. Olhar para novos mercados internacionais pode ajudá-lo a conquistar participação de mercado em relação aos concorrentes.

Esta é uma atualização do que está acontecendo hoje em outras regiões.

Olhe além dos sites tradicionais de distribuição local e inicie novas parcerias. Há muitos outros canais disponíveis. Depois de ter um contrato, você poderá interligá-los através de uma ferramenta de gerenciamento de canais, como o ChannelDirect, e gerenciá-los eficientemente em um lugar.

Os dez sites mais solicitados atualmente pelos usuários do ChannelDirect

Região	Ásia-Pacífico	Europa	Estados Unidos
Nome do canal	Wotif RatesToGo needitnow quickbeds check-in.com.au API Qantas-Ready Rooms Travelocity HotelClub LastMinuteAU	Booking.com Expedia HRS lastminute.com LateRooms hotel.de(API) RatesToGo Venere Orbitz CentralR	Expedia Orbitz Travelocity Booking.com Quikbook (varejo) Venere HotWire VenereAPI ARES

continuação »



Análise do documento: observações sobre a distribuição de Internet

A Perspectiva da ASPAC

A Wotif.com Holdings Limited anunciou um lucro semestral recorde de US\$ 20,6 milhões. O grupo comunicou um aumento de 21% na lucratividade líquida para os seis meses até 31 de dezembro de 2008. De acordo com a Wotif, este lucro recorde de US\$ 20,6 milhões foi garantido por fortes contribuições das empresas Asia Web Direct e travel.com.au, adquiridas pelo grupo Wotif em 2008.

As operações em expansão do grupo auxiliaram na venda de mais de três milhões de pernoites no período indicado, representando um aumento de 37% em relação ao mesmo período do ano anterior. "Está claro", afirma Robbie Cooke, diretor executivo e diretor administrativo do Grupo Wotif, "que ainda existe o desejo de viajar, mas os clientes estão muito concentrados em ofertas e estão buscando o acesso on-line para encontrá-las. Vemos esse comportamento não apenas de clientes de lazer, mas os viajantes de empresas também estão descobrindo os benefícios e o valor que podem obter ao fazer suas reservas diretamente com a Wotif.com. Recebemos cerca de 3,5 milhões de consultas no nosso site todos os meses. O fato de os viajantes poderem fazer reservas três meses antes tem sido um grande benefício", conclui Cooke.

A Perspectiva na Europa

Devido a uma alta fragmentação e à baixa penetração em cadeia no cenário de acomodações na Europa, as OTAs dominam o espaço hoteleiro on-line. Com a expectativa de um crescimento no mercado geral de acomodações significativamente lento em 2009, os hotéis utilizarão os canais de distribuição de custo mais baixo para incentivar a demanda; o mercado hoteleiro on-line, como resultado, poderá sentir realmente um aumento durante o período de retração econômica.



continuação »

Análise do documento: observações sobre a distribuição de Internet

Estratégia:

Manter e diversificar a exposição do seu hotel através do turismo internacional e interno, expandindo a sua área de distribuição e trabalhando com OTAs populares junto ao consumidor. Considere mais do que as três principais atuantes na América do Norte, a Expedia, a Travelocity e a Orbitz.

Por exemplo:

Wotif.com é o canal preferido para os consumidores da Austrália e Nova Zelândia. O Booking.com é a principal agência de reservas on-line de hotéis na Europa por venda de pernoites, atraindo mais de trinta milhões de visitantes todos os meses pela Internet, dos mercados de lazer e de negócios do mundo inteiro.

O ChannelDirect oferece muitos benefícios:

Muito mais hotéis estão reconsiderando e expandindo o cenário de distribuição. Os hotéis agora podem se focar nos clientes, que estão baseados regionalmente nos sites com quem fazem contrato. As ferramentas de gerenciamento de canais por extranet fazem parte da execução bem-sucedida dessa estratégia.

- Reduzir o tempo dedicado para gerenciar as extranets com a eficiência de uma interface
- Carregar facilmente o inventário para os canais venderem o excedente
- Formar e atualizar grupos de paridade para acomodar facilmente as decisões dinâmicas sobre a fixação de preços
- Acessar uma tela de inventário, preços e restrições atualizados em vários sites em tempo real
- Conquistar a confiança do consumidor com a paridade de tarifas
- Economizar em custo de mão-de-obra e reduzir a ocorrência de erro humano

Ação:

Identificar segmentos nos mercados internacionais e internos que possivelmente não tenham sido considerados recentemente para substituir a viagem de regiões com impacto maior pelos mercados de moedas voláteis ou com desaceleração econômica, e aqueles segmentos que estão surgindo, e seus canais de reservas. Realizar parcerias ou firmar contratos com esses sites, bem como usar o ChannelDirect para economizar em mão-de-obra e tempo, garantindo sua exposição por meio de vários parceiros.

