

### Con la rentabilidad en la mente como objetivo primordial en este momento, la ocasión es propicia para evaluar su estrategia de distribución.

#### ¿Qué hacer cuando tiene dos habitaciones por vender y siete sitios de extranet?

Lo que se busca es eficacia para todos los sitios de extranet mediante un inventario único. Una herramienta de administración de canales le brinda el poder de tener todo su inventario de último minuto en un solo sitio.

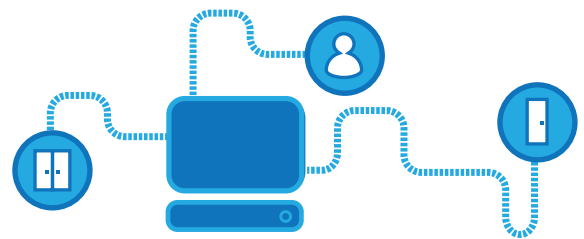
Más de siete de cada diez viajeros de NEXTgen consideran que la capacidad de verificar las tarifas más bajas disponibles (77%), observar fotos del hotel/resort (73%) y contar con garantías de las tarifas más bajas disponibles (72%) son las características de los sitios web que influyen al tomar decisiones sobre destinos o servicios de viajes. Aun más, la mayoría de los viajeros de NEXTgen verifica la disponibilidad de vuelos, hotel y alquiler de automóviles de último momento (55%), además de reservar y confirmar actividades vacacionales antes de su llegada (54%).

Fuente: NEXTgen Traveler de PhoCusWright e Y partnership.

#### ¿Está aprovechando su participación en este inventario de último momento?

Una herramienta de administración de canales le permite tener disponible su inventario de extranet en múltiples sitios de distribución para reservas de último momento. Esto disminuye el riesgo de que no venda una habitación a causa de la limitada exposición, y elimina la dificultad de decidir a qué canal asignar el inventario.

Los sitios web de proveedores y las agencias de viajes en línea (OTA, por su sigla en inglés) parecen haber alcanzado participaciones de mercado relativamente estables, con la maduración del mercado en línea de viajes de negocios no administrados y de viajes de placer.



Según la octava edición de la publicación Online Travel Overview de PhoCusWright, en 2008 el 61% del mercado en línea correspondió a los sitios de proveedores, y el 39% restante, a las OTA. La investigación de Forrester concuerda con tales datos. "Cada vez más personas buscan información en los sitios de agencias de viajes y reservan en los sitios de proveedores", afirma Henry Hartevelt, Vicepresidente y Analista Principal de Forrester.

En lo concerniente a rentabilidad, no todos los canales electrónicos son iguales. Logre el equilibrio entre la distribución directa en su sitio web y la distribución a través de OTA. Cada uno de los tres canales electrónicos principales (sitio web del hotel, OTA y GDS) ofrece un rendimiento distinto. Aunque el primer lugar para optimizar la exposición en línea es el sitio web del hotel, todos los canales ocupan un lugar importante en una estrategia de distribución efectiva.

continúa »

## Análisis corporativo: Aspectos de la distribución por Internet

Se recomienda usar los tres canales para lograr demanda máxima y optimizar la exposición. La administración efectiva de las tarifas y el inventario mediante extranets es de importancia crítica para lograr el máximo rendimiento, aunque también puede consumir demasiada mano de obra para garantizar que todos los sitios estén actualizados. ChannelDirect ofrece una forma eficaz para garantizar que todos los canales tengan paridad. La administración eficaz de canales le permite controlar y ampliar con eficacia el alcance de su distribución.

- 1. ¿Estoy impulsando la mayor parte de mi negocio a través de los canales más rentables?**
- 2. ¿Con cuántas extranets trabajo actualmente?**
- 3. ¿Cuánto tiempo se dedica actualmente a la administración de estas extranets?**

La distribución mediante las OTA es una opción que vale la pena reconsiderar en períodos de incertidumbre económica, cuando los presupuestos de marketing y las inversiones en tecnología son bajos. Los sitios web de las OTA atraen a clientes que buscan ofertas especiales.

Las fluctuaciones de la economía mundial no se detienen, y hoy más que nunca los profesionales de los servicios de hotelería se ven forzados a buscar nuevas oportunidades de generación de ingresos. Una manera de aumentarlos es reconocer los ingresos sin explotar que se pueden obtener de nuevos grupos de mercados internacionales de destino. Dirigir la atención a nuevos mercados internacionales sirve para ganar participación de mercado respecto de sus competidores.

A continuación se ofrece información actualizada sobre lo que ocurre en otras regiones.

Busque fuera de sus sitios de distribución locales tradicionales y forje nuevas alianzas. Son muchos los canales existentes. Una vez que celebre contratos con ellos, puede integrarlos mediante una herramienta de administración de canales como ChannelDirect y administrarlos eficazmente en un solo sitio.

### Los 10 sitios más solicitados actualmente por usuarios de ChannelDirect

Región	Pacífico Asiático	Europa	EE. UU.
Nombre de 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(minorista) Venere HotWire VenereAPI ARES

continúa »



## Análisis corporativo: Aspectos de la distribución por Internet

### Perspectiva para el Pacífico Asiático

Wotif.com Holdings Limited publicó ganancias semestrales sin precedentes de \$20,6 millones. El grupo aumentó en 21% las ganancias después de deducir impuestos en el semestre que terminó el 31 de diciembre de 2008. Según Wotif, estas ganancias sin precedentes de \$20,6 millones se sustentaron en las fuertes contribuciones de las empresas Asia Web Direct y travel.com.au que Wotif Group adquirió en 2008.

Las operaciones ampliadas del grupo ayudaron a vender poco más de tres millones de noches de habitaciones en el período mencionado, lo que implica un aumento de 37% respecto del mismo período del año anterior. Robbie Cooke, Director Ejecutivo y Director General de Wotif Group, afirma: "Está claro que todavía hay mucho interés en viajar, pero los clientes se preocupan por lograr acuerdos ventajosos y navegan por la Web para encontrarlos. Estamos observando este comportamiento no sólo en viajeros de placer sino también en viajeros corporativos, que están descubriendo los beneficios y el valor que pueden obtener al hacer directamente sus reservaciones en Wotif.com. Cada mes, recibimos aproximadamente 3,5 millones de visitantes en nuestro sitio web. El hecho de que los viajeros ahora puedan reservar con tres meses de anticipación ha sido una gran ventaja", concluye Cooke.

### Perspectiva para Europa

Las OTA predominan en el espacio hotelero en línea debido a la alta fragmentación y la baja penetración de las cadenas en el escenario de alojamiento en Europa. Ante la reducción significativa del crecimiento del mercado de alojamiento en general esperada para 2009, los hoteles aprovecharán sus canales de distribución de bajo costo para estimular la demanda. En consecuencia, el mercado hotelero en línea podría aumentar pese a la desaceleración económica.



continúa »

## Análisis corporativo: Aspectos de la distribución por Internet

### Estrategia:

Sostenga y diversifique la exposición de su hotel en el turismo internacional y local mediante la ampliación de su escenario de distribución y el trabajo con agencias OTA que gozan de popularidad entre los consumidores. Considere algo más que los tres principales canales de Norteamérica, Expedia, Travelocity y Orbitz.

*Por ejemplo:*

Wotif.com es el canal preferido de los consumidores en Australia y Nueva Zelanda. Booking.com es la principal agencia de reservas hoteleras en línea de Europa por el número de noches de habitaciones vendidas, y atrae cada mes a más de 30 millones de visitantes únicos a través de Internet, provenientes de mercados de viajes de negocios y placer de todo el mundo.

### Los beneficios de ChannelDirect son muchos:

Cada vez más hoteles están reconsiderando y expandiendo su escenario de distribución. Los hoteles ahora pueden dirigirse a los clientes de cada región sobre la base de los sitios con los que tienen contratos celebrados. Las herramientas de administración de canales de extranets son parte integral de la ejecución exitosa de esta estrategia.

- Se reduce el tiempo dedicado a administrar las extranets gracias a la eficacia de una sola interfaz
- Se carga fácilmente el inventario en los canales para la venta del exceso de inventario
- Se conforman y actualizan grupos de paridad para adaptarse fácilmente a decisiones de precios dinámicas
- Se accede visualmente y en tiempo real al inventario actual, precios y restricciones en múltiples sitios
- Se construye la confianza del consumidor mediante la paridad de tarifas
- Se ahorra en costos de mano de obra y se reducen las probabilidades de errores humanos

### Acción:

Identifique segmentos de los mercados internacionales y nacionales que quizás no haya considerado recientemente para sustituir los viajes de regiones que han sufrido un mayor impacto por la volatilidad de los mercados cambiarios o la desaceleración económica, y también los segmentos emergentes y su canal de reservaciones. Celebre alianzas o contratos con esos sitios y utilice ChannelDirect como una herramienta de ahorro de mano de obra y tiempo que garantiza la exposición a través de múltiples socios.

