

ПАРИТЕТ ЦІН У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Паритет цін є одним з найважливіших факторів успішності для готелів, що хочуть збільшити популярність на сайтах онлайн-тревел-агентів (ОТА), а також власну рентабельність та кількість прямих бронювань. Паритет цін також являє собою інструмент, за допомогою якого готельєри регулюють однаковість цін у каналах продажу. Проблемою паритету цін також називають неузгодженість цін, це коли на різних каналах на одну й ту саму послугу різні ціни. Наприклад, на сайті Booking.com ви можете знайти номер за 700 грн., а на Expedia вартість того ж номера з тією ж датою становить 500 грн.

Паритет цін має важливість для готельєрів, тому що він впливає на:

- Рейтинг в ОТА;
- Прямі бронювання;
- Розміри прибутків;
- Імідж бренду;
- Партнери-дистриб'ютори.

Можливі причини паритету цін:

- Проблеми з менеджером каналів та підключенням до ОТА;
- Неправильні акції й спеціальні пропозиції;
- ОТА створило акції за свій рахунок;
- B2b партнери, торговельні посередники та оптові продавці (wholesalers), що продають номери ОТА.

Менеджер каналів та зв'язок з ОТА: перше, що потрібно перевірити, це те, чи надіслали правильні тарифи та чи правильно їх отримує сервіс. Це надасть можливість визначити, чи є проблеми із підключенням.

Якщо ви не користуєтесь менеджером каналів, вам потрібно перевірити, чи правильно ви ввели тарифи в екстранеті ОТА.

Неправильні акції й спеціальні пропозиції: увійшовши в екстранет з ОТА, де була виявлена проблема, перевірте сторінку з промоакціями, також необхідно увійти на сторінки інших ОТА для порівняння промоакцій. Якщо проблема лише на одному з них, то потрібно узгодити ОТА між собою – це є ключем проблеми.

Золоте правило – це узгодженість. Якщо ви проводите рекламну акцію або приєднуєтесь до кампанії на одному каналі, вам потрібно створити таку ж рекламну акцію на інших каналах. Різні канали мають різні методи створення рекламних акцій, і іноді це може вас заплутати.

ОТА створило знижки: для вирішення цієї проблеми потрібно зв'язатися з вашим менеджером з маркетингу, щоб він вирішив цю проблему для вас, оскільки ОТА, щоб збільшити свою частку на ринку, зменшують свою комісію, й це потрібно узгоджувати. Якщо бронювати його з IP-адреси країни, в якій знаходиться готель, ціну показує ту, яку виставив готель, а якщо бронювати з іншої країни – може бути застосована знижка, яку надає сама ОТА за рахунок своєї комісії. Представники ОТА часто відключають подібну рекламу за зверненнями готелів, але існує ймовірність, що через декілька днів або тижнів ця проблема повториться ще раз, і вам доведеться вимагати від них, аби вони знову припинили свою акцію.

B2b партнери, торговельні посередники та оптові продавці (wholesalers). Ця проблема є найважчою для вирішення, оскільки один з оптовиків продає ваші ж послуги за нижчою ціною, ніж ви. Для вирішення цієї проблеми потрібно звернутись до менеджерів ОТА, щоб дізнатись замовника, але вони навряд чи вам нададуть інформацію. Найкраще за все – зробити фейк-бронювання й, дізнавшись продавця, надіслати йому електронне письмо з вимогами прибрати з сайту. Цей сценарій є найгіршим, і таку проблему вирішити найважче. В деяких випадках її взагалі не вдасться вирішити, і вам доведеться переглянути умови договорів з вашими офлайн-партнерами.

Отже, для вирішення паритету цін необхідно постійно перевіряти ціни на сайтах ОТА, оскільки від цього залежить ваш успіх, прибуток та імідж. Найкраще за все, щоб лише на вашому сайті залишалась найкраща ціна на бронювання, тому що пряме бронювання дає найбільший прибуток. Паритет важливо підтримувати саме між усіма ОТА, з якими ви співпрацюєте, щоб у посередників не було переваг для перетягування ваших клієнтів.