

今号では宿泊プランの整理整頓について述べたい。つ、Bプランには特典が三つ、Cプランは割引に十れは多いほどよいとされていたが、今は徐々にその傾向が見直されているように感じる。

理由としては、あまりにプラン数が多すぎるとお客さまがどのプランが自身にとって最適なのか理解できず、ストレスを感じ離脱してしまう点が挙げられる。

お客さま満足度を上げるための施策の一環であるにもかかわらず、これでは何

Aプランには特典が五つ、Bプランには特典が三つ、Cプランは割引に十

つ、Cプランは割引に十れは多いほどよいとされていたが、今は徐々にその傾向が見直されているように感じる。

理由としては、あまりにプラン数が多すぎるとお客さまがどのプランが自身にとって最適なのか理解できず、ストレスを感じ離脱してしまう点が挙げられる。

お客さま満足度を上げるための施策の一環であるにもかかわらず、これでは何

## インターネット 第159回

# 徹底集客

また、昨今では増加するプランにスタッフが対応できないうちからなくなってしまう。

きかないという内部要因も挙げられる。宿泊業界が慢性不足の問題が解決される見込みが立たない。新入社員、高齢化するスタッフ、外国人人も正社員、派遣社員、パート、時には外国人スタッフから多岐に渡っており、

乱を招く原因となってしまう。かといって、何でもかんでも削ればよいというもの

乱を招く原因となってしまう。かといって、何でもかんでも削ればよいというもの

## WEB集客最前線(宿泊プランの整理整頓)

ではないところが難しい点である。まずはやはり、ABC分析などのプラン別の売り上げ分析が必要である。当然、売れていないプランが見直しの対象となるが、売れなくても大事なプランというカテゴリもあるの

で、その辺りは考慮が必要である。それぞれのプランがきちんと意味のあるものになっているかの精査が重要である。特典付与型のプランの場合にしても、その特典本当に必要か？ という問いを自らに課して整理整頓していく必要がある。

今後の時代を見据えて、お客さまにも社内にも分かりやすい体系というのが大事になってくると思われるので、その一環としてプラン数の整理整頓を機会があれば実施してほしい。また、定期的に実施することを勧めたい。

(株式会社アビリティコンサルティング) 株式会社フ

ライムコンセプト 内藤英賢) 隔週掲載

内藤英賢) 隔週掲載

内藤英賢) 隔週掲載

内藤英賢) 隔週掲載

内藤英賢) 隔週掲載

内藤英賢) 隔週掲載