



TRUSTYOU™

プレスリリース

株式会社東京ドームホテルが TrustYou (トラスト・ユー)プラットフォーム導入決定

世界最大のクチコミ・プラットフォームを提供するTrustYou (トラスト・ユー) 株式会社 (東京都港区 代表取締役: 下嶋 一義)は、株式会社東京ドームホテル (東京都文京区 代表取締役社長 総支配人: 萩原 実) をパートナー企業に迎えました。同社は、今後、TrustYou (トラスト・ユー) のプラットフォームを導入することで、東京ドームホテルの経営戦略立案からサービス改善まで様々な場面でクチコミの活用が可能になります。

【株式会社東京ドームホテルのご紹介】

株式会社東京ドームホテル

本社所在地：東京都文京区後楽1丁目3番61号

設立：1999年2月1日

株主：株式会社東京ドーム 100%

HP：<https://www.tokyodome-hotels.co.jp/>



TOKYO DOME
HOTEL

東京の都心最大級のエンタテインメントエリアである東京ドームシティ内に2000年6月1日に開業。客室数は1006室。その立地からも「楽しさ」や「遊び心」のあるエンタテインメント性の高い、「楽しさ度ランキングNo.1ホテル」を目指している。



「東京を代表するエンタテインメントエリア、東京ドームシティに高くそびえ立つ東京ドームホテル様にTrustYou(トラスト・ユー)のプラットフォームをご利用いただけることを大変嬉しく思っております。

ホテルに関するクチコミを効率的に収集・分析することで、弊社サービスが必ずやお客様の満足度を上げる手助けとなることを確信しています。客室やレセプションだけでなくレストランなどのクチコミも収集し、また、国内だけでなく外国人宿泊客のクチコミも収集し、その分析結果をオペレーションに生かしていただくことで、よりホテルの評価を高め、予約の増加につなげていただくことができると考えます。TrustYou(トラスト・ユー)は、今後も世界のホテル事業に関わる皆様にとって有益なサービスを提供してまいります」

<TrustYou(トラスト・ユー) 日本支社アカウントマネジメント部長 希代翔のコメント>

TrustYou(トラスト・ユー)では、ホスピタリティ業界のお客様に役立つ調査・研究結果をホームページで提供しています。独立系ホテルのお客様を支援するための次のブログ記事3本を6月に公開しました。

- ・同シリーズのパート3「オンライン上のクチコミ評価を管理することの重要性」([日本語](#))
- ・同シリーズのパート4「個々のお客様にカスタマイズした、きめ細かな対応で大手ホテルと差をつける」([日本語](#))
- ・“Google マイビジネス”を使ってホテルの予約数を増やす方法([日本語](#))

TrustYou(トラスト・ユー)が提供するクチコミ・プラットフォームについては、[こちら](#)をご覧ください。

【TrustYou(トラスト・ユー)について】

世界最大のクチコミ・プラットフォームです。2008年の設立以来、世界250以上の旅行サイトのホテル・宿泊施設に関するクチコミや評価を収集、分析、視覚化し、そのデータをホスピタリティ業界のパートナー企業に提供しています。現在、世界50万軒以上のホテルが当社の提供データを活用し、宿泊客に提供するサービスの改善を行っています。

我々の調査ではホテル予約時に旅行者の95%がクチコミを読んでおり、クチコミはホテルの予約決定に大きな影響を与えています。TrustYou(トラスト・ユー)のクチコミ・プラットフォームは、旅行者のカスタマー・ジャーニーのあらゆる段階のあらゆる声をクチコミ、アンケート調査、SNSや電子メール、Facebookメッセンジャー等から取り込むことができます。

ホテル以外のパートナー企業には、旅行者が目的に合ったホテルを選ぶためのクチコミデータを提供しています。100社以上あるパートナー企業には、Google、skyscanner、KAYAK、Travel.jp/Hotel.jp(日本語版)、cansell.jpなどが含まれます。それらのパートナー・サイトでは、世界250以上のサイトからTrustYou

報道関係者からのお問い合わせ

TrustYou(トラスト・ユー)広報担当 株式会社ソラリス・スペース
メール：info@solarispace.com

(トラスト・ユー)が収集・集計・分析した、何億もの旅行者のクチコミをまとめたデータが「クチコミの概要」、「レビュー」、「ホテルの評価点」として表示されます。

TrustYou (トラスト・ユー) のクチコミ・プラットフォーム

旅行者のカスタマー・ジャーニーの全てに関わるソリューションを提供します。

1. クチコミ・マーケティング
 - a. 直接予約を増やすために自社サイト上にクチコミ評価を表示
 - b. Google、Skyscanner、KAYAK、Travel.jp/Hotel.jp（日本語版）など100を超える世界の旅行・ホテル予約サイトへのクチコミ評価の表示
 - c. Google上のマイ・レビューと連携し、自社のクチコミ評価を表示
2. オペレーションの改善、経営に役立つ優れた機能性
 - a. メッセージング・ツールでリアルタイムのクチコミを獲得
 - b. オンラインアンケート調査を実施し、問題の発見と改善を促す仕組みを構築
 - c. ADRアップのためのクチコミ評価によるお客様のインサイト分析

クチコミが与える影響力

TrustYouトラスト・ユーの過去の調査からクチコミには次のような影響力があると考えられています。

- 95%の旅行者は、予約を確定させる前にクチコミを読んでいる。
- 旅行者はホテルを予約する前に5~7件のクチコミを読む。
- 76%の旅行者が評価の高いホテルに対し、もっとお金を払ってもいいと言っている。
- 3.9倍以上の確率で、同じ価格帯のホテルであれば、クチコミ評価の高いホテルが予約される。