

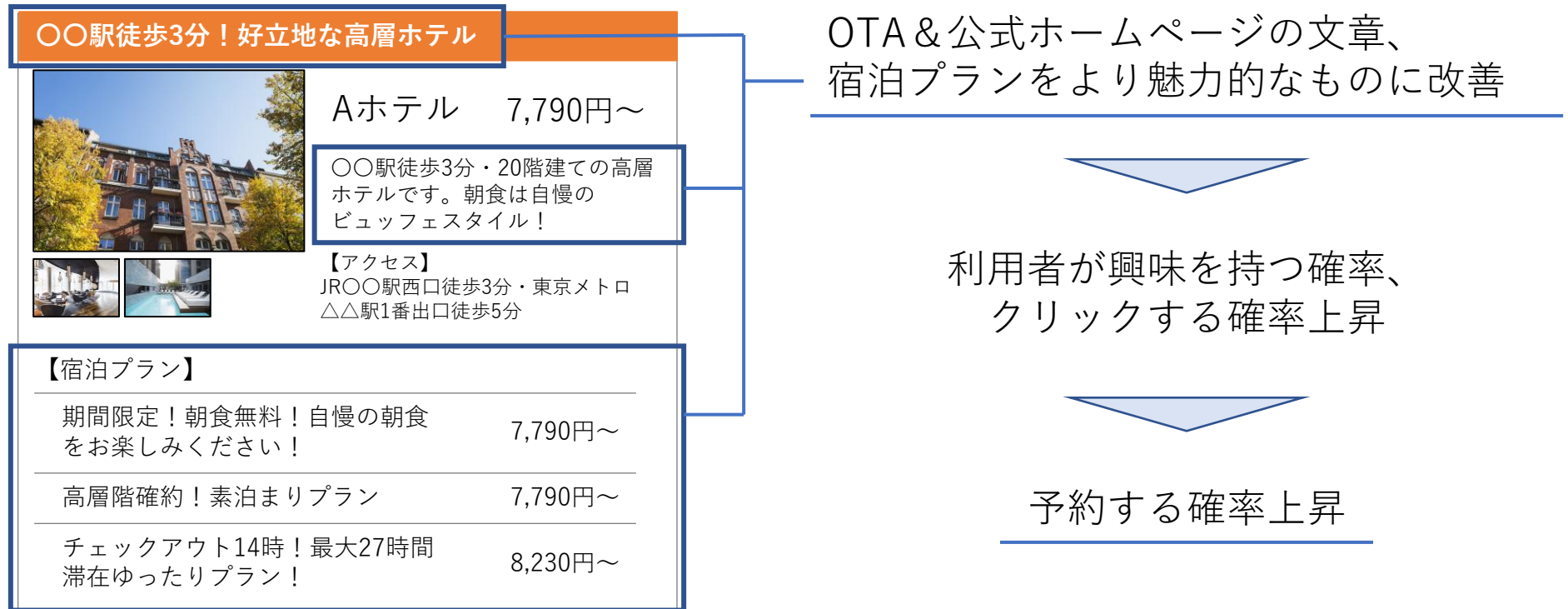
OTA経由の集客強化支援のご紹介

はじめに

- ✓ OTA経由の予約を増やす施策をご提案いたします
- ✓ OTAサイト記載文章、宿泊プランを見直し予約者を増加を目指します

ご提案骨子

OTAサイトに記載の文章・宿泊プラン、公式HPを顧客により魅力的な文章・プランとなるよう改善し、予約数増加を目指します。

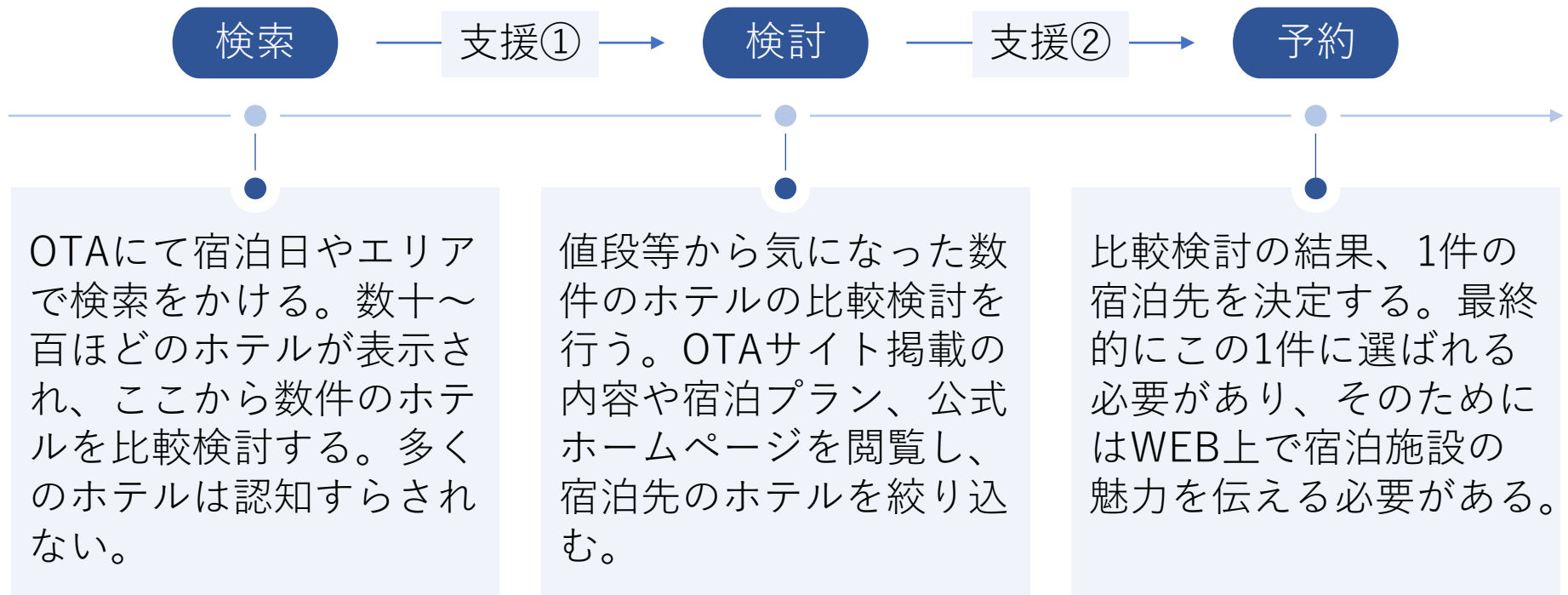


OTA集客改善方法概要

- ✓ 無数のホテルが登録されているOTAにて「①検討候補に選ばれる支援」「②宿泊先に選ばれる支援」を実行致します。

OTAの利用ステップと改善ポイント

OTAサイトで宿泊先を探す際には大きく「検索」「検討」「予約」の3ステップがあり、「①検討候補に入る」「②予約先に選ばれる」ための改善支援を致します。

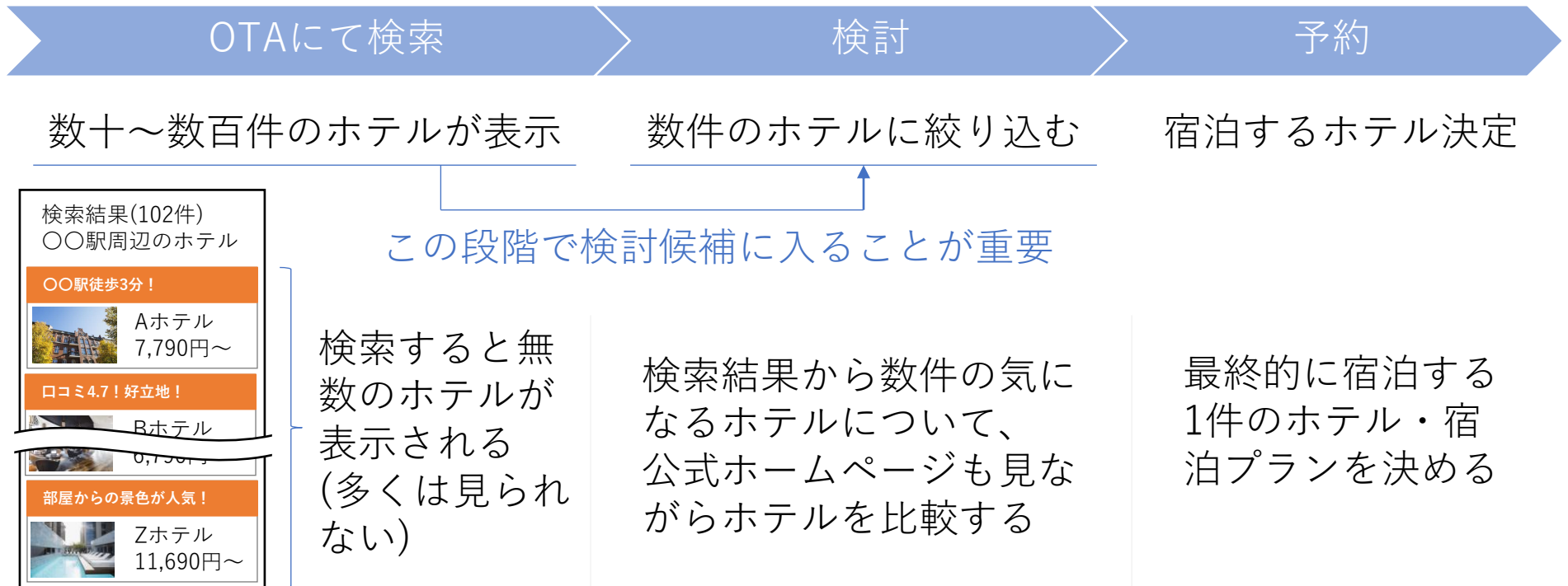


現状のOTA集客の問題点

- ✓ OTAにて検索すると無数のホテルが表示されるが、予約するホテルは1つ
- ✓ 検索後の画面で利用者の興味を引き、検討候補に入ることが重要

ユーザーのホテル検討フロー

OTAにて「〇〇駅」といった条件で検索をすると数十～百件超ものホテルが表示されます。検索後にユーザーの興味関心を引き、検討の選択肢に入ることが、最終的に選ばれるうえで非常に重要です。



検討候補へ入るには

- ✓ 検索時に表示される文章・宿泊プランを、顧客のニーズ・顧客が魅力に感じる点にマッチさせ、検討候補に入る確率を上げます

検討候補へ入る確率を上げる2ステップ

レビュー、口コミページの投稿を分析し、宿泊客が魅力に感じた点を明らかにします。分析結果からOTAに記載文章・宿泊プランを「顧客に刺さる文章・宿泊プラン」に改善します。

現状

ズレが有り刺さらない

記載文章
記載プラン




顧客のニーズ
魅力を感じる点



改善後

記載文章
記載プラン



顧客のニーズ
魅力を感じる点

顧客に刺さる文章・プランに修正
検討候補に入る確率UP

〇〇駅徒歩3分！好立地な高層ホテル

※改善箇所



Aホテル 7,790円～

〇〇駅徒歩3分・20階建ての高層ホテルです。



【アクセス】
JRO〇駅西口徒歩3分・東京メトロ
△△駅1番出口徒歩5分

【宿泊プラン】

期間限定！朝食無料！自慢の朝食
をお楽しみください！ 7,790円～

素泊まりプラン 7,790円～

チェックアウト14時！ 8,230円～


改善イメージ

- ✓ 「顧客に刺さる文章・宿泊プラン」に見直しを行い、検討候補に入る確率をあげます

改善イメージ OTA記載文章の見直し

レビュー、口コミページの投稿を分析し、宿泊施設紹介文章や宿泊プランを顧客に刺さる内容に見直します

〇〇駅徒歩3分！好立地な高層ホテル



Aホテル 7,790円～

〇〇駅徒歩3分・20階建ての高層ホテルです。

【アクセス】
JRO〇駅西口徒歩3分・東京メトロ
△△駅1番出口徒歩5分

【宿泊プラン】

期間限定！朝食無料！自慢の朝食をお楽しみください！	7,790円～
素泊まりプラン	7,790円～
チェックアウト14時！	8,230円～



〇〇駅徒歩3分！選べる朝食が大好評！



Aホテル 7,790円～

〇〇駅徒歩3分・選べる朝食が宿泊者に大好評！スタッフの対応満足度90%！

【アクセス】
JRO〇駅西口徒歩3分・東京メトロ
△△駅1番出口徒歩5分

【宿泊プラン】

期間限定！朝食無料！2種類から選べる自慢の朝食です！	7,790円～
高層階確約！素泊まりプラン	7,790円～
チェックアウト14時！午前中の観光も楽しめる！	8,230円～

分析方法概要

- ✓ OTAサイトの口コミ・レビュー欄に記載された文章を分析し、多くの利用者が共通して高く評価されている要素を明らかにします

分析イメージ

口コミに記載された文章を単語レベルで集計し、多くの口コミで登場する「高頻度で使われる単語」から「利用者が魅力に感じた点（またはがっかりした点）」を可視化し、OTAに記載する文章、宿泊プランの改善を行います。

口コミ収集 & 単語登場回数集計

OTAサイトの口コミデータを収集。単語の登場回数を調べ、高頻出単語に着目します。下記例では「部屋」や「和」を含む口コミに着目します

No.	口コミ	単語	回数
1	和テイストの部屋がとてもおしゃれで～	部屋	4
2	今回利用した部屋は和風の部屋でした。～	和	2
3	宿泊させていただいた部屋がとても素敵で～	宿泊	1
⋮	⋮	⋮	⋮

分析 & 改善

高頻出単語（≡多くの人が評価した要素）に着目、口コミを分析。OTAサイト記載の文章や宿泊プラン改善に活用

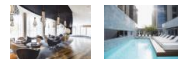
〇〇駅徒歩5分のハイクオリティホテル



Aホテル

7,790円～

〇〇駅徒歩3分・20階建ての高層ホテルです。
朝食は自慢のビュッフェスタイル！



※改善箇所

口コミデータから宿泊者の興味関心を可視化

- ✓ OTAの口コミ・レビュー欄に記載された文章を分析し、宿泊者に高評価な要素・魅力に感じた要素を可視化します。

分析イメージ

口コミに記載された文章を単語レベルで集計し、多くの口コミで登場する「高頻度で

口コミデータを分析

高評価な要素を抽出



高頻出単語（≡多くの方が評価した要素）に着目。左記例では「フロント」「接客」「朝食」「雰囲気」「風呂」などが重要単語となり、これらに着目し口コミデータを読み解く

読み解き例

- フロントの接客が丁寧で、サービスが良かった
- 朝食が鯛茶漬、焼き魚定食を選ぶ
- 風呂、トイレ、洗面が別で清潔

改善による効果

- ✓ OTAサイトのホテル紹介文章を改善することで、利用者の関心を高め、検討者数増加、予約数増加を目指します。

施策の効果概算

OTAにて、貴ホテルと同エリアにある競合ホテルを1ヶ月あたり2000人が検討、300人予約している場合、3%に当たる60人が貴ホテルを新たに検討し、9人が貴ホテル予約すると年間で+108人（客単価1.2万円ならば年間+129.6万円）の効果が見込めます。

現状(1ヶ月あたり)

	検討者数	予約者数
貴ホテル	150人	25人
競合ホテルA	300人	40人
競合ホテルB	200人	20人
競合ホテルC	150人	15人
⋮	⋮	⋮
	2000人	300人

改善後(1ヶ月あたり)

	検討者数	予約者数
貴ホテル	210人	34人
競合ホテルA	290人	38人
競合ホテルB	195人	18人
競合ホテルC	140人	13人
⋮	⋮	⋮
	1940人	291人

改善後(1ヶ月あたり)のデータは、現状の競合ホテルの検討者数(1950人)と予約者数(291人)を基に、貴ホテルに3%の割合で検討者(60人)と予約者(9人)が追加された結果です。

補足：競合と比較しながら魅力を明らかにします

- ✓ 競合となる宿泊施設と比較しながら、貴ホテルのセールスポイントを明らかにしていきます。

比較の見方

口コミの中で高頻出単語ほど大きく表示されます。貴ホテルは立地はよりも「フロントの接客」「朝食」に関しての口コミが多く、セールスポイントとなります。

貴ホテル



競合ホテル

