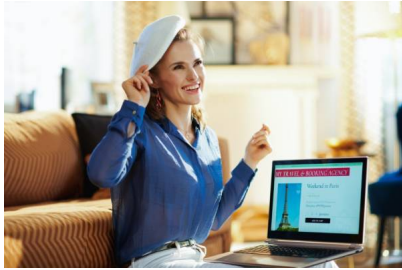


VLIV ONLINE TURISTICKÝCH PLATFORMEM VZROSTE JEŠTĚ VÍCE V POST- KORONAVIROVÉ ÉŘE



Rezervační platformy, požehnání i prokletí? Účtují si vysoké poplatky, vyžadují, aby hotely poskytovaly záruku nejlepší ceny, a v některých případech je nutí k podpisu smluv. Avšak bez rezervačních platform, jako jsou Booking či Expedia, by mnoho hotelů mohlo být nuceno zavřít natrvalo.

184 milionů švýcarských franků pro platformy

Vezměme si jako příklad Švýcarsko. Podle studie provedené Univerzitou aplikovaných věd Západního Švýcarska ve Valais zaplatily švýcarské hotely v roce 2019 Bookingu a dalším společností 184 milionů švýcarských franků v provizích. To představuje 10 milionů více než v roce předchozím a nový rekord. V průměru to odpovídá 48 tisícům franků ročně za hotel, což představuje 12 až 15 % z poplatků za rezervaci.

I přes tyto vysoké částky jsou hoteliéři vůči platformám kritičtí, jak ukázala studie. Mnoho z nich vyjádřilo obavy ohledně zneužívání tržní síly. „Hotely si stěžovaly, že jim na jejich webových stránkách není dovoleno nabízet levnější ceny ani lepší podmínky,“ říká Ronald Schegg, odborník z univerzity.

Význam těchto platform však nelze přecenit. Skutečnost, že ve Švýcarsku má Booking tržní podíl přes 71 %, je samo o sobě vypovídající. Navíc podle studie každý pátý hotel již generuje přes polovinu svých rezervací prostřednictvím některé online platformy.

Ještě vyšší vliv po koronavirové krizi

A tato síla a vliv se bude velmi pravděpodobně zvyšovat, zejména v současném kontextu cestovního ruchu. Po obtížích souvisejících s koronavirovou krizí, je budoucnost mnoha hoteliérů právě v rukách online turistických platform.

Co přesně je však klíčem úspěchů těchto platform a proč existuje v cestovním ruchu taková závislost na jejich službách?

Ceny a marketing

Již nyní cenově-orientovaný zákazník bude ještě více zaměřen na nalezení ideální cenové varianty ve velmi specifickém kontextu. Post-koronavirová éra bude rozhodně přínosem pro online rezervační portály, protože zákazníci se budou snažit využít pádu cen napříč všemi dostupnými platformami.

S ekonomickými dopady pandemie existuje pravděpodobnost, že marketingové aktivity v cestovním ruchu poklesnou. To by mohlo nabídnout online platformám příležitost nabídnout své služby v tomto směru a poskytnout levnější alternativu klasického marketingového modelu.

Data klíčem k úspěchu

Experti rovněž předpokládají, že online platformy přijdou s novými strategiemi, zatímco co ostatní mohou nabrat na popularitě. Zdá se, že například diferenciační stanovování cen na základě různých faktorů (např. geografická poloha) nabývá na významu. K lepšímu pochopení, tato praktika znamená to, že zákazníkům z různých regionů nebo zemí mohou být nabízeny služby za různé ceny

Obecně lze říci, že online platformy mají a budou mít dominantní díky jednomu klíčovému faktoru: schopnost pracovat s daty. Z tohoto důvodu je mnoho společností do značné míry závislé na těchto platformách. Nelze se na to však spolehnout a hoteliéři musí pokračovat ve vývoji svých vlastních iniciativ a také se snažit dostat na kloub sběru a analýze dat.

Date: 2020-06-08

Article link: <https://www.tourism-review.cz/rezervacni-platformy-rostou-na-sile-news11576>