



# Online booking

---

Øget profit gennem strategisk brug af online bookingportaler

# Hvorfor være tilknyttet et Online Travel Agency (OTA)?

- 70% af alle hotelbookinger sker gennem en OTA.
- Det er (ofte) gratis for en udbyder at være tilknyttet en OTA og få synlighed.
- OTA som fx hotels.com, booking.com ol. er aktører, som forbrugerne har høj tillid til.
- Ofte starter en online søgning efter overnatningsfaciliteter via en af de store OTA'er.

→ Men OTA'erne er kommissionsbaseret og tager ca. 18% i kommission. Det er penge du går glip af!



## Hvad er Billboardstrategien?

- Billboardstrategien handler om at skabe synlighed for dit overnatningssted via OTA'erne, men gøre det mere attraktivt at booke direkte via overnatningsstedet selv.

→ Dette gøres ved at skabe merværdi, når der sker en booking direkte hos dig.

# Hvordan skabes merværdi?

- Tydeliggøre på hjemmesiden, at booking kan ske direkte online ved at:
  - tydeliggøre alle priser.
  - tydeliggøre tilgængeligheden af værelser online.
  - automatisere processen, så bookingbeskæftigelsen kommer øjeblikkeligt.
  - huske at bookinger ofte sker udenfor normale åbningstider, så derfor skal alt bookinginfo være så tilgængeligt som muligt online.
  - sørge for at hjemmesiden er på flere sprog (dansk, tysk og engelsk).
  - bruge evt. pop-op bannere med skarpe tilbud.
  - overveje at investere i et Hotel Property Management System (fx Sirvoy), som kan hjælpe dig til at implementere ovenstående.




## Hvordan skabes merværdi?

---

- Offentliggør gæsteanmeldelser på din hjemmeside
  - Folk læser i gennemsnit 6-10 anmeldelser, så gør dem tilgængelige i stedet for at lade folk søge på Tripadvisor.
  - Husk at Tripadvisor også har en 'Book nu'-knap, som fører folk til en OTA.
  - Lad være med kun at have 5 stjernede anmeldelser på din hjemmeside, det virker utroværdigt.

# Hvordan skabes merværdi?

- Lav prismatch med den pris du tilbyder på en OTA, men tilbyd mere for samme penge, fx:
  - sen-check out (du kan bare forkorte check-out tiden hos OTA'en)
  - gratis morgenmad
  - bedre afbestillingsbetingelser
  - en velkomstdrink ved ankomst
  - rabataftaler ved genkøb (tilbyd gæster der checker ud 10% rabat ved næste køb ved direkte booking)
  - mulighed for opgradering af bookede værelser, fx værelser med bedre udsigt/størrelse etc.

A man in a striped shirt and cap is clapping in front of a seated audience at an outdoor event. The audience is diverse in age and is also clapping. The background shows greenery and a wooden structure.

## Lad være med at...

- stoppe dit OTA-samarbejde. Husk, at de skaber synlighed for dig.
- at hæve prisen ved OTA, så det er billigere at booke direkte hos dig. Denne strategi tillader OTA'erne ikke.

## Husk...

- Begræns din tilgængelighed hos OTA'erne i travle perioder, så det tvinger folk til at booke direkte hos dig.
- Lad OTA'en sælge de perioder, hvor du selv har svært ved at sælge værelserne.
- Sørg for at sende overnattende gæster ud af døren med rabatkoder, som de gerne må dele med venner og familie – hvis de vel at mærke booker direkte hos dig.



TURISME  
FAXE



Kildehenvisning

- Denne guide er lavet med udgangspunkt i 'Sådan får du folk til at booke direkte...' (Stevns Erhvervsråd, 2022)