

【ニューオープン】
HOTEL ADORE
HOTEL PARIS
HOTEL VILLA GIULIA NAGARA
HOTEL SHASHA
HOTEL MOSS

【特別企画】

● 需要高まる「運営受託企業」紹介

LEH NEXT

季刊
エルエイチ・ネクスト
2009 vol.1



【創刊特別企画】

風営法^{（政令）}改正前夜 改正の動きを 徹底検証!

- <緊急座談会>
存続の危機か？ 進化のチャンスか！
レジャーホテルはどこへ向かう
- 4号営業の要件見直しにより
いったい何が起ころのか？
- <資料>
改正への動きを「風俗行政研究会」議論内容と
「意見書」等から徹底検証

<http://www.teidan.co.jp>

集客アップにつながる「ハッピー・ホテル」活用法

(株)アイメディア



スタンダードコースでは、写真をはじめ詳しい情報が表示。左がPC版、右がモバイル版



「ハッピー・ホテル」トップページ
<http://happyhotel.jp/>
 (PC版サンプル例。以下すべての画面写真はサンプル例。※携帯版も同アドレス)

USEN グループのアイメディアは、2007年9月にレジャーホテルの検索サイト「ハッピー・ホテル」を開設。その後、利用者の認知度は日を追って高まり、09年5月には月間ページビュー(PV) 3,100万を達成するほどに成長した。企業系のホームページではトップクラスのアクセス数を誇るサントリーのホームページでも月間PVは4,000万程度だから、ハッピー・ホテルの人気のすごさがわかる。

こうしたなか、ハッピー・ホテルを有効活用し、集客アップに役立てているホテルが目立ち始めている。本稿では、どのように活用すればより集客アップにつながるのか。その方法を整理して紹介する。

<活用法その1>

「オーナー管理画面」で更新

「ハッピー・ホテル」では全国7,800軒余りのホテルが検索できる。詳しい内容が表示されるのは有料の「スタン

ダードコース」に加盟しているホテルだ。スタンダードコースでは、掲載内容を経営者のパソコンの「オーナー管理画面」で手軽に変更することができる。

たとえば「PR文の更新」だ。150文字までPR文を更新できるので、この作業をいわずに行なうことが集客につながるのだ(無料のライトコースも25文字まで更新できる)。

このほか管理画面からはホテルの「最新情報」を登録できる。これは、ハッピー・ホテルのトップページ中段の「ホテル最新情報」(パソコン版)、「ラブホ最新情報はこちら」(モバイル版)に表示される。トップページはアクセス数が非常に多く、最新情報が掲載されたホテルへのアクセス数は格段に増加する。

PR文や最新情報を更新する際に考慮したいのが「人気検索ワード」の活用だ。ハッピー・ホテルでは検索結果の画面左側に「露天風呂」「コスプレ」といった言葉が表示されている。これ

らはフリーワード検索でよく用いられる単語。つまりホテル利用者が求める設備やサービスなので、これらの言葉を入れ込んだPR文を作成して登録すれば、ヒットする確率がさらに上がることになる。

<活用法その2>

「エリア広告」「企画広告」「特典付き広告」を利用

パソコン版、モバイル版を問わず、都道府県ごとのハッピー・ホテルの検索結果ページ上部に表示されるバナー広告が「エリア広告」だ。検索結果の上部に表示されるのだから、これらバナー広告のクリック率は当然ながら高くなる。

エリア広告によって、アクセス数が平均でも3倍、最高では8倍にも達したケースもあるという。そのため広告希望が多く、なかには予約待ちとなっているエリアもあるようだ。なお、広告の空き状況は前出の「オーナー管

【オーナー管理画面】



ホテルへのアクセス状況例



寄せられたクチコミ情報例。
マメに返信すると信頼感が高まる



掲載する料金も管理画面で編集可能



クーポン情報の編集画面例

理画面」で確かめることができる。

エリア広告に比べてリーズナブルな価格設定なのが「企画広告」だ。これはホテル利用者が興味をもつキーワードをテーマに特集を組み、5～10軒のホテルを1つの広告枠に掲載するもの。企画広告はHappy・ホテルのトップページからリンクされているためアクセス数が多くなり、集客効果が大きいという。

08年末にスタートし、好評を博しているのが「特典付き広告」だ。利用者が「ハピホテを見た」とフロントに伝えると特典を出す代わりに、ホテルの情報をトップページに掲載するというもの。これも掲載料金が安価ながら反響は大きい。

<活用法その3>

「ターゲティングメール」「クチコミ返信」「ポイントde交換」も有効

「ターゲティングメール」は、ホテルのイベント情報を特定の利用者に向けて伝えたいときにPRをメルマガで送信するもの。Happy・ホテルに会員登録した利用者の情報はサイト側が管理しており、年齢や地域など精度の高い絞込みが可能だ。

また、登録会員はHappy・ホテルのサイトからホテルに対してクチコミ投稿ができる。ホテル側はマメに返信することで、コミュニケーションが図れリピーターづくりに有効だ。

このほか、年に数回、Happy・ホテルが登録会員向けに行なう企画「ポイントde交換」の効果も見逃せない。登録会員がクチコミ投稿したり、バナーをクリックすることで貯まっていく

ポイントをホテルの割引券と交換するというもの。割引券はホテル側が提供するのだが、割引券をもらった利用者は必ず当該ホテルを訪れるため、新規顧客の開拓にもつながる仕掛けだ。この人気はすさまじく、人気アーティストのコンサートチケット争奪戦のような大量のアクセスが集中するという。



Happy・ホテルの登録会員は、現在約16万人に及ぶ(09年6月現在)。このユーザー数と冒頭で述べたアクセス数の多さは、利用者にとってHappy・ホテルがホテル選びに欠かせないサイトとして支持されていることを示

しているといえよう。同時に、Happy・ホテルでは、今回紹介したように、集客アップにつながる数多くの企画や仕掛けが用意されている。さらに7月には、求人広告がスタートする。これも注目したいコンテンツだ。

未加盟ホテルにおいては、まずは無料のライトコースに加盟して、効果を実感してみてはいかがだろう。

【問合せ】

(株)アイメディア
東京都港区赤坂9-7-1
ミッドタウン・タワー
Tel.03-6820-1480
Fax.03-5785-8806
http://imediainc.jp



フリーワード検索結果例。
左側の「人気検索ワード」に注目



「特典付き広告」画面例



「ポイントde交換」イメージ画面。応募が殺到する