

レピュテーション・マネージメント&マーケティング最大手 TrustYou (トラスト・ユー)が クチコミの重要性とクチコミをマーケティングに活かす方法を紹介 テクノロジーパートナーFASTBOOKING 主催セミナー「DIGITAL LAB」にて

TrustYou株式会社(トラスト・ユー 本社:ドイツ ミュンヘン 日本支社:東京都渋谷区 日本支社長:下嶋一義)は大阪(5月31日)ならびに東京(6月2日)にて開催された、同社のテクノロジーパートナーであるFASTBOOKING(ファストブッキング)社主催セミナー「DIGITAL LAB」にて、「コンバージョンにおけるE-REPUTATIONの効果」をテーマに大阪で47名、東京で74名のホスピタリティ業界の皆様に向けて講演いたしました。

TrustYou(トラスト・ユー)日本支社・支社長の下嶋一義による講演は、クチコミの重要性とクチコミをマーケティングに活かす方法について、同社の調査結果(白書)や Cornell University School of Hotel Administration の調査データを紹介しながら行われました。TrustYou(トラスト・ユー)では今後もこのようなセミナーの講演を積極的に実施していきます。

講演の概要

1. ホテルのスコアを改善し、クチコミを増やすには
2. 自社サイトからの直販を増やすには

調査によると 90%の消費者がサービスや商品の購入前にクチコミを読み、88%はクチコミを家族や友人のアドバイスと同程度に信頼しているとのこと。同じ価格帯のホテルであればクチコミが高いホテルが3.9倍予約されます。TripAdvisorのスコアが1ポイント上がると、売上が39%増加、クチコミが1件増えると、0.49%売上が上がるというデータもあります。検索エンジンの結果に表示される広告枠の掲載順位がスコアとクチコミの数で決まる現在、益々スコアとクチコミの重要性が高まっています。多くのホテルが1の課題を抱えています。

まず、ネガティブなクチコミに返信すると、1.65%スコアが改善するというデータがあります。また、これまで増やすのは難しいとされてきたクチコミについて各ホテルが実施するお客様アンケートをTrustYou(トラスト・ユー)が提供するサービスに変えると、そのアンケート調査をクチコミに変えることができ、クチコミ数を増やすことができます。

加えて、自社サイトからの販売の改善(課題2)はどのホテルも目指すところですが、OTAサイトと異なり、ホテルの自社サイトでは情報が比較できず、客観性に欠けると捉えられがちです。しかし、自社サイトに他者提供のスコアやクチコミを掲載すると、サイトの印象はどう変わのでしょうか。また、リッチスニペットが表示されることで注目度合いも変わります。TrustYou(トラスト・ユー)のサービスはこれらの課題にお応えし自社サイトからの直販を増やすマーケティングに貢献します。



クチコミへの返信
Responding to reviews

	NYC		Orlando	
	Estimate	Change in score	Estimate	Change in score
Interest	1.60071*		1.32279*	
No response	-0.1133*	0.8927	-0.0684*	0.9339
Number of reviews	0.00009*	1.0001	0.00054*	1.0002
Percentage of negative reviews with a response	0.00009*	1.0165	0.00778*	1.0179
Percentage positive reviews with a response	0.01638*	0.9794	-0.02869*	0.9813

Note: * Significant at 0.0001 level

- ・クチコミに全く返信していないホテル vs 返信しているホテル
スコアが、NYCでは**89.27%**、オーランドでは**93.39%**であった
- ・ネガティブなクチコミに返信すると、**1.65%**スコアが改善

Url: <http://phdship.aha.cornell.edu/tesconcent/cv/articles/1918/conten4-chrisposts>

主催のFASTBOOKING社は2000年の設立以来、ホテル業界を対象にホテルの直接販売戦略を増強する最先端のeコマース・ソリューションを提供しています。同セミナーでは、FASTBOOKING社共同最高経営責任者のJean-Luc Chretien氏のスピーチを皮切りに、FASTBOOKING社の各部門担当者ならびに同社パートナー企業のSTR、ENVERITAS GROUP、iDeas、そしてTrustYou(トラスト・ユー)がいかに自社ホームページへの訪問者を最大化し、予約につなげるか、Googleをはじめとする検索エンジン(Search Engine)は回答エンジン(Answer Engine)へ進化する中で、新しい検索結果ページのレイアウトをいかに自社にとって有利になるよう活用するか、2016年には20億人が所持するスマートフォンにいかに対応するかといったテーマについて講演しました。

TrustYou (トラスト・ユー)とは

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、視覚して、ホテルなどホスピタリティ・ビジネス業界の顧客に提供するサービスを提供している。これまで各サイトを訪問し、クチコミや評価を確認し、返信していたホテルの担当者が TrustYou (トラスト・ユー)のサービスを導入することで、それらを一元管理することができる。また、Google でホテル検索をした際に Google レビュー上に「クチコミの概要」として表示されるクチコミのコンテンツを独占提供しており、顧客にアンケート調査を行って得たクチコミを Google で表示されるようプッシュするなど、クチコミをマーケティングに生かすことを顧客に対し提案している。なお、Google レビュー上のクチコミは、「TrustScores (トラスト・スコア)」や「Meta-Review(メタレビュー)」とも連動しており、Google、Skyscanner(日本語版)、Kayak(日本語版)、Travel.jp/Hotel.jp(日本語版)、といった世界中の有名な旅行・ホテル予約サイトのクチコミ・評価として即時表示される。

■ レピュテーション・マネージメントとは

企業の評判向上のための戦略的な取り組みのこと。レピュテーション(評判)を把握し、より良い評価を得るための改善の取り組みを容易にすることを目的とする。

■ TrustYou(トラスト・ユー)の商品ラインナップ

- ✓ TrustYou Stars (トラスト・ユー スターズ): ホテル向け顧客満足調査ツール。Google 上のクチコミを増やすよう働きかける
- ✓ TrustYou Analytics (トラスト・ユー アナリティクス): 世界で評価されるレピュテーション・マネージメント・ツール。ホテルがクチコミを分析し、評価にポジティブに働きかけることを可能にする
- ✓ TrustYou Meta-Review (トラスト・ユー メタレビュー): Google、Skyscanner、Kayak、Travel.jp/Hotel.jp、など世界じゅうの数百のサイト上にある様々なクチコミを収集・要約しわかりやすく表示する。
* TripAdvisor のクチコミは含まない
- ✓ TrustYou Rader (トラスト・ユー レーダー): iOS と Android のアプリで使用可能。世界中の顧客に即時対応を可能にする

<クチコミが与える影響力>

TrustYou(トラスト・ユー)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。 * 1P の数字とはソースが異なります。
- ✓ 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、クチコミの高いホテルが予約される。