

systemu rezerwacji *on-line* na swojej stronie, to dzięki usłudze dostarczonej przez Profitroom może taki mieć. Już ponad 300 obiektów hotelowych zdecydowało się na tę formę ułatwienia dokonywania rezerwacji przez klientów na własnej stronie *www*.

Analogiczną, a więc konkurencyjną ofertę dla hoteli, ma na rynku polskim firma hotelsystems.pl z Jeleniej Góry. Te dwie firmy jak na razie liczą się na rynku „rezerwacji *on-line* na stronie hotelu”.

Oferty portali rezerwacyjnych i Profitroom czy hotelsystems.pl nie konkurują ze sobą, a świetnie się uzupełniają.

Jakie portale wybrać do współpracy?

Oto główne cechy, które powinny zostać wzięte pod uwagę:

1. Ilość obiektów w bazie. Warto to zweryfikować samodzielnie na wytypowanych do współpracy portalach. Stać się turystą, który chce zarezerwować obiekt w: Warszawie i Krakowie oraz Augustowie, Białymstoku, no

i miejscowość, w której mamy obiekt. Należy podliczyć liczbę obiektów, jaką wyświetli nam portal w zadanych kategoriach.

2. Ilość kryteriów wyszukiwania. Przywołany już w materiale portal hotel.pl oferuje dwa kryteria. Jedno to kuriozalne wyszukiwanie po trzech pierwszych literach nazwy, a drugie po trzech przedziałach cenowych. To nieporozumienie.

Najlepsi proponują kryteria:

- miejscowości i odległości od niej
- kilka (np. pięć) przedziałów cen usług
- kilkanaście kategorii świadczonych udogodnień do zaznaczenia przy wyszukiwaniu, np.: parking, bezprzewodowy Internet, kryty basen, transfer z lotniska, pokoje rodzinne itp.,
- charakteru obiektu: boutique, Spa, nad morzem, niedrogi, rodzinny, luksusowy, design itp.
- sieci hotelowych.

To pozwala internaucie precyzyjnie określić swoje preferencje i zawęzić ob-

szar wyników czyli liczbę obiektów.

3. Pozycja w różnych wyszukiwarkach: przede wszystkim Google ale nie tylko, którą zajmuje portal w wynikach. Według różnych haseł poszukiwania. Najlepsi są na pierwszej stronie wyników.

4. Wysokość kosztów jakie musimy ponieść jako hotel za obecność na portalu. Najlepsi pobierają jedynie prowizję od zrealizowanych rezerwacji. Najgorsi pobierają opłatę za prezentację obiektu, nic w zamian nie dając.

5. Łatwość zarządzania własną ofertą. Dostępność panelu administracyjnego i czytelność. Łatwość w dodawaniu i usuwaniu czy modyfikowaniu ofert. Łatwość zmian opisów czy zdjęć. Ilość możliwych do zaprezentowania kategorii pokoi i różnych konfiguracji.

6. Możliwość telefonicznego skontaktowania się z kimś z obsługi portalu w przypadku problemów. A nie wyłącznie poprzez kontakt *e-mail*. To istotne w przypadku np. awaryjnych sytuacji w recepcji hotelu. 

reklama



HotelewPolsce.pl

Największa baza hoteli w Polsce