

KAKO DO VIŠE DIREKTNIH  
REZERVACIJA ZA HOTELE UZ:

MegaBooker   
Tvoj rezervacijski magnet

# MEGA SEARCH TATA

SAVJETI ZA  
HOTELE

hotels combined 

Google Hotel Ads

hometogo

KAYAK 

tripping 



TripConnect

Certified



TripConnect

Premium Partner

Powered by TripAdvisor

# UVOD

Booking.com je već odavno postao norma za oglašavanje svih hotela, apartmana, villa, kuća za odmor i ostalih oblika smještaja.

Danas se na Booking.com portalu oglašava više od **milijun i 700 000 hotela** diljem svijeta. Kada se radi o apartmanima vidimo da je samo **na području Hrvatske danas oglašeno više od 83,358 objekata**.

Ukratko, **lako je postati zatrpan u masi**.

Veliki portali uistinu imaju veliku posjećenost ali isto tako imaju i svoju cijenu. Konkurencija je sve veća, provizije i uvjeti ne idu uvijek na ruku hotelima stoga je važno istražiti sve mogućnosti ostvarivanja direktne rezervacije.



Izvor: Screenshot, Booking.com na datum 06.05.2018

Većina nas misli da je pokrila sve opcije i da su šanse da se oglasimo negdje gdje za to nećemo platiti masnu proviziju male ili nepostojeće **ali to i ne mora biti istina**.

U ovom radu donosimo rezultate istraživanja velikih metasearch stranica za oglašavanje hotelskog smještaja. Iako se vaš smještaj najvjerojatnije već prikazuje u rezultatima pretraga na ovim portalima **(bili vi toga svjesni ili ne)**, dobro je znati da se na metasearch portalima možete oglasiti i direktno i na taj način zaobići plaćanje provizije.

# METASEARCH STRANICE ZA HOTELE: Najpopularniji internetski giganti za pretragu hotelskog smještaja

U posljednje vrijeme smo svi izloženi tv oglasima tražilice smještaja TRIVAGO. Trivago je dobar primjer onoga što metasearch stranica predstavlja.



Izvor: Screenshot, Eye for travel / The Future of Metasearch 2015

**Metasearch su velike platforme koje koriste tuđe tražilice kako bi proizvodile svoj sadržaj.**

Umjesto da gost posjećuje sve stranice za oglašavanje smještaja kako bi izabrao odgovarajuću cijenu on odlazi na metasearch stranicu poput Trivaga i na jednom mjestu pregledava ukupnu ponudu iz različitih izvora.

**Ebook by:** Megabooker content team

## **Kako Metasearch stranice zarađuju?**

Metasearch stranice se ne naplaćuju od gosta. Ako primjerice gost pronađe smještaj putem Trivago i klikne na „rezerviraj“ on se šalje na onu stranicu na kojoj se oglas originalno nalazi (npr. Booking.com). Svoju proviziju će u ovom slučaju dobiti od Booking.coma dok gost neće osjetiti nikakvu razliku na cijeni.

## **Koja je razlika između Metasearch stranica i klasičnih online putničkih agencija?**

OTA (Online putnička agencija) nudi usluge smještaja te ostalih kombinirajućih usluga poput letova, najma automobila ili slično. Gost može direktno rezervirati uslugu na stranici online putničke agencije.

**Metasearch stranice nude rezultate OTA kao vlastite, a za rezerviranje usluge gost odlazi na stranicu OTA kako bi obavio rezervaciju.**

## **DA LI SE MOGUĆE OGLASITI NA METASEARCH STRANICI I OSTVARITI DIREKTNU REZERVACIJU?**

Da! Moguće se oglasiti i direktno. Sam proces se razlikuje od stranice do stranice tako da ćemo u nastavku razraditi proces postavljanja smještaja na metasearch prema pojedinačnim pravilima svakoga od portala.

## **KOJI SU METASEARCH PORTALI USMJERENI NA HOTELE A KOJI ZA IZNAJMLJIVAČE?**

**Hoteli:** Trivago, KAYAK

**Iznajmljivači:** Hometogo, Tripping, Alltherooms.com

## **TRIVAGO – Besplatna registracija hotelskog smještaja**

Trivago je intezivirao oglašavanje na našem prostoru tako da vjerujemo da ste svi upoznati sa njegovim super mogućnostima za goste.

### **Ali što to znači za iznajmljivače i hotele?**

Iznajmljivači koji se oglašavaju na popularnim portalima se već nalaze u rezultatima Trivagovih tražilica. Nažalost nismo pronašli rješenje za direktno registriranje privatnog smještaja na Trivago ali jesmo za hotele.

Hotel se može besplatno oglasiti putem sljedećeg linka:

<https://www.trivago.com/hotelmanager/>

Na ovaj način može ostvariti direktne rezervacije i zaobići plaćanje provizije.

Prema Trivagovim statistikama hoteli koji imaju dobro izrađene profile i kvalitetne ocjene, ostvaruju 35% svojih prihoda samo kroz njihove stranice.



Izvor: Screenshot Trivago Hotel Manager

Uz osnovnu uslugu Trivago naravno nudi i plaćenu („PRO“) verziju za hotele. PRO verzija nema definirani cjenik već ovisi o prometu kojeg hotel ostvaruje. Uz PRO verziju hotel ima mogućnost dodatno se istaknuti, dodavati posebne ponude, te posljedično ostvariti porast popunjenosti do 45%.

Više na: <https://www.trivago.com/hotelmanager/pro>

Prošle godine smo radili veliku analizu uspješnosti svakoga od metasearch portala: (Vidi: [LINK](#)) , pa ćemo sada istaknuti samo ono bitno.

- **Trivago je najuspješniji kod gostiju iz EU**
- **Poslovni model je cost per click**
- **Sustav za pozicioniranje povlači najbolju cijenu a tek onda cijenu oglasa (ako su cijene smještaja jednake prvenstvo dobiva smještaj s oglasom)**
- **Kako bi manje plaćali oglašavanje smanjite cijenu smještaja na vlastitoj web stranici i konkurirajte na vama isplativiji način**

## NOVOSTI IZ TRIVAGA:

Od prošle godine Trivago nudi mogućnost praćenja cijena konkurencije skupa sa praćenjem potražnje za određene periode, kako bi što lakše prilagodili svoju cijenu i bili konkurentniji.

(Izvor: <https://www.tnooz.com/article/trivago-improves-rates-and-demand-feature-in-hotelpro/>)

## KAKO Megabooker olakšava spajanje vašeg hotela sa Trivagom?

Megabookerov channel manager za hotele spaja vaš smještaj sa Trivagom i brojnim drugim (OTA & GDS) kanalima u sekundi. Cijene, popunjenost i sadržaj oglasa ažurirate iz jednog mjesta.

Ebook by: Megabooker content team

Druge metasearch stranice na koje vas postavlja Megabooker za hotele:



## KAYAK – Metasearch usmjeren na hotelski smještaj i goste iz SAD-a



Kayak jednako poput Trivago-a pretražuje portale za oglašavanje i povlači njihove rezultate kako bi svojim korisnicima ponudio najbolju kombinaciju smještaja, leta, hotela ili rent-a-car-a.

Od 2015. Kayak ulazi u partnerstvo sa **HomeAway**. Bez obzira na ovo partnerstvo nismo zapazili bitne promjene u KAYAK-ovom sučelju. KAYAK i dalje ostaje prvenstveno metasearch za hotele.

Smještaji za najam se promoviraju (za sada) najčešće putem blog posta.  
(Primjer: <https://www.kayak.com/news/10-amazing-vacation-rentals/>)

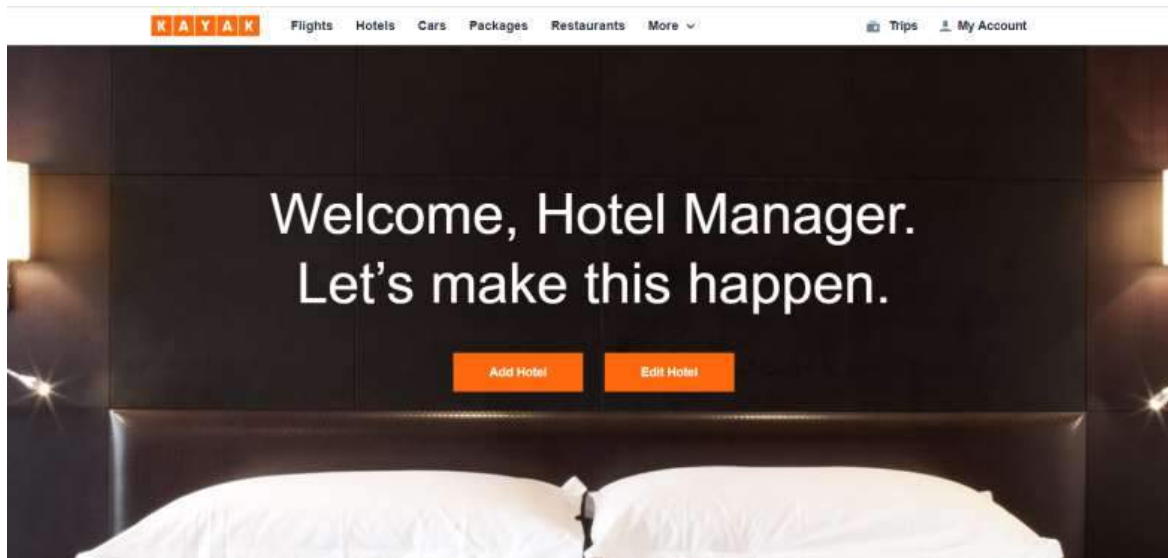
KAYAK kombinira rezultate moćnih stranica poput Momondo (letovi), Swoodo (letovi), Cheapflights(letovi), Mundi (turističke ture) and Checkfelix (let + hotel + rent-a-car).



Ebook by: Megabooker content team

## Kako se hoteli mogu oglasiti direktno na KAYAK-u?

Hoteli se mogu oglasiti putem sljedećeg linka: <https://www.kayak.com/hotelowner>



Izvor: Screenshot <https://www.kayak.com/hotelowner>

Free listing ne dozvoljava prikaz cijena ni popunjenosti za traženi period. Druga opcija je povezivanje hotelskog booking engine-a s KAYAK-om.

Booking engini koji se mogu povezati s KAYAK-om:

- SynXis
- Fastbooking
- Travelclick
- WIHP
- Pegasus
- Mirai
- Myhotelshop
- Nozio
- Seekda
- Derbysoft

TripAdvisor metasearch



U proteklih 5 godina, TripAdvisor je držao potpunu dominaciju u metasearch oglašavanju, pogotovo u područjima kvalitetnog prometa i donesenih prihoda.

TripAdvisor prosljeđuje jako kvalitetan promet s velikim postotkom uspješnosti uz međunarodne klijente iako je trenutno sustav najjači u Sjevernoj Americi.

Za hotele u Europi i Aziji, to predstavlja veliki povrat uloženog zbog činjenice da je prosječan boravak klijenata duži od domaćih ili regionalnih klijenata. Prema analizi, klijenti koji izvrše rezervaciju preko TripAdvisor metasearch u prosjeku u hotelu ostaju 4,5 dana.

Sustav licitiranja je uznapredovao u proteklih nekoliko godina ali je i dalje poprilično netransparentan. Prioritet se daje onom s najvećom ponudom i kao netko tko se oglašava vi ne možete znati iznos tuđe licitacije.

Možete odabrati „udio u klikovima“, što u određenom postotku garantira bolju vidljivost i dobivanje klikova određeni dio vremena. Promjene u licitaciji i kampanjama se mogu upravljati na dnevnoj bazi.

## **Uz TripConnect do direktnih rezervacija s Tripadvisora**

TripConnect je specijalizirana web stranica na kojoj licitirate na TripAdvisor aukcijama koje objavljuju na svojoj metasearch stranici. Ova stranica funkcionira slično kao Google Adwords.

Ono što je AdWords za Google, to je TripConnect za TripAdvisor.

Mislimo da je brojka od 315 milijuna mjesečnih korisnika sasvim dobar razlog za korištenje Tripconnecta. (izvor: <https://www.telegraph.co.uk/travel/lists/TripAdvisor-in-numbers/>)

### **Kako funkcionira TripConnect?**

U osnovi postoje dva načina licitiranja na TripAdvisoru za direktne rezervacije: **TripConnect Cost per Click** i **TripConnect instant booking**. (Obje usluge uređujete unutar Vašeg TripAdvisor profila).

Osnovna razlika među njima je, način naplate te mjesto gdje se izvršava rezervacija.

TripConnect Cost per Click Vaš oglas vodi direktno na web stranicu hotela. Svaki put kada posjetitelj klikne na oglas Vašeg hotela taj klik će se i naplatiti.

TripConnect Instant Booking nakon klika gosta vodi na vaš TripAdvisor profil gdje onda može izvršiti rezervaciju. Naplata se ne vrši po kliku već nakon što gost završi s posjetom hotelu i to s provizijom u iznosu **od 12-15%**.



Na tablici ispod pogledajte osnovne značajke i razlike između dvije vrste TripConnect-a:

	<b>TripConnect Instant Booking</b>	<b>TripConnect Cost per Click</b>
<b>Rezervacijski proces</b>	Rezervacija se izvršava direktno na TripAdvisor platformi.	Nakon redirecta, rezervacija se izvršava direktno na web stranici hotela.
<b>Strategija naplate</b>	Plaćanje po rezervaciji	Naplata po kliku
<b>Sustav naplate</b>	12 - 15% cijene rezervacije se plaća TripAdvisoru	Naplata ovisi od Vaše licitacije
<b>Pozicija hotela</b>	Cijene koje hotel postavi su iznad cijena na portalu	Pozicija oglasa hotela ovisi o cijeni licitacije

### CPC ili Instant booking?

Cost per click je svakako opcija kojoj pribjegavaju mnogi hoteli iz jednostavnog razloga što izbjegavaju plaćanje provizije portalima i to za cijenu jednog klika. Međutim, ova opcija je **za hotele koji imaju iskustva s online oglašavanjem i imaju veliku konverziju gostiju na web stranici hotela.**

Ukoliko nemate iskustva s cost per click oglašavanjem nemojte odustati jer prateći upute u nastavku možete vidjeti da licitiranje na TripConnect-u nije komplicirano.

### Na što ustvari licitirate?

Što više novca uložite u licitiranje na CPC, na boljoj poziciji će se Vaš hotel naći na TripAdvisor pretraživaču. Na što boljoj poziciji bude vaš hotel, veće su šanse da će posjetitelji portala kliknuti i posjetiti vašu hotelsku web stranicu te izvršiti rezervaciju.

**Bonus savjet:** cijena koju postavite također utječe na poziciju i broj prikazivanja.

Prvi put u povijesti hoteli se mogu pozicionirati iznad portala za oglašavanje što je svakako dobra vijest.

S pravom se možda pitate **zbog čega se uopće moramo natjecati s portalima za oglašavanje na vlastitoj TripAdvisor stranici hotela?**

Prema informacijama s TripAdvisor stranice cilj TripConnect-a jeste pružanje gostima mogućnosti izbora prilikom rezervacije, uključujući i cijene direktno s web stranice

**Ebook by:** Megabooker content team

hotela. Cost per click daje i hotelima alat s kojim se mogu ravnopravno natjecati za klikove s portalima za oglašavanje.

Iako se TripAdvisor ograđuje s ravnopravnošću i jednakim udjelom na tržištu za hotele i portale, gotovo je sigurno da nikada neće otkriti informacije o tome koliko portali licitiraju za Vaš hotel i po kojoj cijeni.

### **Gdje možete postaviti TripConnect cost per click?**

TripConnect postavljate direktno na vašem TripAdvisor računu gdje možete pronaći i cijenu za svaki klik.

(Napomena: Cijene ovise od objekta do objekta i nisu jednake za sve)

Primjer kako će oglas izgledati nakon objavljivanja:



Izgleda malo rizično jer ne znate koliko ćete ustvari dobiti klikova i koliko će se tih klikova pretvoriti u rezervacije.

### **Što ako bude prevelik broj klikova a mali broj rezervacija?**

Ne brinite. Na TripConnectu kao i na AdWordsu možete odrediti dnevni limit.

Dnevni limit postavljate koliki želite. Nakon što dođete do limita (na primjer 10\$) oglasi se taj dan više neće prikazivati.

Također, kada postavite da je Vaš objekt nedostupan oglas za vaš hotel se neće prikazivati.

Nakon postavljanja limita TripAdvisor će Vam dati grubu procjenu i broj očekivanih klikova na oglas te kolika će ukupna cijena biti taj mjesec. Ako ne želite da se oglasi pojavljuju čitav mjesec, možete skratiti period prikazivanja koliko želite.

## **Vlasnik ste malog hotela, motela? Da li i Vaš hotel može koristiti TripConnect?**

Da biste koristili TripConnect potrebno je da ste integrirani s nekim od internet booking engine sustava kojima je TripAdvisor dodijelio certifikat.

## **Zbog čega bez booking engine sustava ne možete koristiti TripConnect?**

Odgovor je ustvari jednostavan. Booking engine ili rezervacijski sustav održava cijene i zauzeća na svim kanalima prodaje što korisnici koriste za izvršavanje rezervacije. Booking engine je tehnologija koja omogućava izvršavanje rezervacije direktno na web stranici hotela. TripConnect ne sadrži sam u sebi takvu uslugu.

## **Želite Booking engine za povezivanje s TripConnect-om?**

Isprobajte MegaBooker booking engine (besplatno):

<https://megabooker.hr/hoteli/booking-engine/>

Ako već koristite neki booking engine sustav kontaktirajte ih da vidite da li oni mogu povezati vaš hotel s TripConnect-om.

## **Što Vam je potrebno za korištenje TripConnect-a?**

- Morate registrirati Vaš hotel na TripAdvisor Business Listings. Pretpostavljamo da ste se već registrirali na ovu uslugu jer je jako korisna za sve hotele.
- Ako niste, evo zašto biste trebali:
- Sami postavljate cijene i dostupnost soba koji će se pojavljivati na većini TripAdvisor;
- Možete postaviti kontakt informacije poput kontakt detalja, telefonskog broja i email adrese;
- Mogućnost kreiranja specijalnih ponuda i popusta na visoko-posjećenim stranicama itd.

Više informacije o TripAdvisor Business listingu pronađite na:

<https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/w779>

Mjesečna pretplata ovisi o mnogo faktora i nije ista za sve hotele. Iz našeg iskustva godišnja pretplata iznosi negdje između 800-1000 Kn za osnovni paket.

Pored booking engine-a i registracije na TripAdvisor business listing, nije Vam potrebno ništa više osim povremenog ulaganja u oglase. Ne morate koristiti niti Google AdWords niti neki drugi hotelski software poput hotel channel manager -a.

## **Kako možete znati da je TripConnect isplativ za Vaš hotel?**

TripConnect sustav nudi mogućnost laganog praćenja i povrata uloženog (ROI) preko jednostavnih grafičkih prikaza u odnosu na uloženi iznos za oglašavanje.

Isplativost također možete pratiti preko svog online booking engine-a ili Google Analytics računa bez problema.

**Ebook by:** Megabooker content team

Nadamo se da smo Vam uspjeli predstaviti TripConnect u najboljem svjetlu te da imate dovoljno informacija da donesete sud o tome da li vam je potreban ili ne.

Ukoliko se odlučite probati ovu uslugu donosimo nekoliko savjeta:

- Licitirajte na sve vrste uređaja, mobilne i desktop;
- Redovno pratite statistiku dolazaka na vašu web stranicu kako biste znali da li vam se ovo oglašavanje isplati ili ne;
- Po postavljanju CPC kampanje, TripConnect će Vaš oglas postaviti iznad svih drugih. Vremenom ćete možda morati neznatno povećati iznos licitacije ili budžet jer će se i portali početi natjecati da ostvare bolju poziciju;
- Krenite s najmanjim budžetom pa vidite gdje će vas dovesti. Ne želite preplatiti ako će portali kasniti s postavljanjem svojih CPC kampanja;
- Za još savjeta za dobru cost per click kampanju posjetite njihovu službenu stranicu sa savjetima.

## Google Hotel Ads metasearch



Želeći da pokrene drugačiji poslovni model od ostalih metasearch portala, Google je krenuo s pay-per-click modelom koji se zasniva na ukupnoj cijeni potencijalne rezervacije. Ovaj model su održali ali su isto tako dodali i model učinkovitosti što ustvari predstavlja postotak od ostvarene rezervacije.

Zasnovan na broju klikova, Googleov Hotel Ads sazrio je 2016.godine i danas broj klikova nadmašuje TripAdvisor dok u isto vrijeme održava jako profitabilan povrat utrošenog na oglase.

Pošto Google integrira oglase dublje u rezultate pretrage, karte i druge proizvode on ima sve pretpostavke da postane vodeći metasearch sustav na tržištu.

### Nedostaci Google-ovog metasearcha

Google Hotel Ads je jako kompliciran sustav za upravljanje licitacijama koji nudi jako specifične mogućnosti.

Upravljanje njime je gotovo nemoguće ukoliko nemate stalno zaposlenog menadžera za oglašavanje.

Google Hotel Ads su prestali razvijati direktno povezivanje s hotelima te se uvijek vežu preko proizvoda treće strane, kao što je primjerice slučaj i s [MegaBookerom](#).

**Ebook by:** Megabooker content team

## **Prednosti Google-ovog metasearcha**

S iskustvom Google-a i stručnošću AdWordsa, razvili su sustav za upravljanje kako bi optimizirali licitacije i precizno geo-targetiranje.

Licitacijama se upravlja svakih nekoliko minuta ili ček momentalno, što ga čini pouzdanom metasearch platformom za kontrolu proračuna i prilagođavanje.

Sustav je jako otvoren i nudi potpunu transparentnost oko učinka, konkurentnosti i prigoda za oglašavanje.

### **SAVJETUJEMO:**

Za učinkovito oglašavanje na Google Hotel Ads, preporučujemo za hotele s manjim proračunom da se prebace na model učinkovitosti (performance model) a za deluxe i luksuzne hotele s većom prosječnim dnevnom cijenom da koriste cost per click model.

Hoteli moraju osigurati da se ove brojne kampanje motre i redovno kontroliraju.

## **HotelsCombined metasearch**



HotelsCombined je jedan od najbitnijih metasearch partnera za SAD.

To je jedna od prvih tvrtki koje su zakoračile u metasearch tržište. HotelsCombined dostavlja izvanredan povrat uloženog za targetiranje putnika koji dolaze iz Jugoistočne Azije, Australije ili Novog Zelanda.

Iako je **količina klikova manja nego kod TripAdvisora, Trivaga ili Google Hotel Ads-a**, demografska slika putnika koji koriste ovaj metasearch portal je vrijedan dodatak svakom hotelu koji želi više gostiju iz azijske pacifičke regije.

Količina klikova je stabilna, a poslovni model je takav da naplaćuju samo po uspješnoj akviziciji gosta s vrlo malom kontrolom oko vidljivosti hotela na portalu.

**Ebook by:** Megabooker content team

## ZAKLJUČIMO:

Metasearch platforme vam mogu pomoći da dovedete više posjetitelj na web stranicu hotela.

Metasearch je na pragu toga da postane glavni kanal za oglašavanje hotela. Odaberite platformu koja je najznačajnija za vaš hotel na osnovu područja na kojem oglašavate hotel i vaših ciljeva: veliki broj posjeta ili dobar povrat od uloženog.

### **Efikasnost vaše strategije direktnih rezervacija ovisi prije svega o cijeni:**

Primjetna je značajna razlika u povratu uloženog na oglase kod hotela koji odluče dati prednost direktnom bookingu.

Smanjivanje cijena direktnog bookinga je jedan od najefikasnijih načina da preko metasearch stranica ostvarite ozbiljne prihode. Povrat od oglašavanja na metasearch stranicama, za hotele koji to ispravno rade, je 2,5 puta veći od uloženog.

Činjenica je i da hoteli koji po većoj cijeni prodaju smještaj na web stranici hotela nego na metasearch stranicama nisu toliko uspješni. Kod jednakih cijena na web stranici hotela i metasearch platformama, rezultati su prihvatljiviji, iako to smanjuje postotak direktnih rezervacija.

*Više o Megabookerovim proizvodima za hotele pronađite na:*

<https://megabooker.hr/hoteli/>



HVALA ŠTO NAS ČITATE



Vaš Megabooker, Magnet za rezervacije  
[www.megabooker.hr](http://www.megabooker.hr)