デジタルマーケティングから考える

インバウンド観光産業

2019年11月25日

観光産業ニュース「トラベルボイス」鶴本浩司

■鶴本浩司の紹介

- 2001年まで、オーストラリア政府観光局のオンラインマーケティングマネジャー。
- 観光産業ニュース会社「トラベルボイス」を設立、代表取締役社長に就任。

—その他（いずれも現任）—

- 観光に特化したデジタルマーケティング会社「株式会社マーケティング・ボイス」を設立、代表取締役社長。
- 観光専門シンクタンク「JTB総合研究所」の客員研究員。
- テクノロジー企業「株式会社パイプドHD」（東証一部）の社外取締役。
- ジャパン・ツーリズムアワード選考部員

■観光産業ニュース「トラベルボイス」

TRAVEL VOICE

① 読者は、月間60万人。観光産業分野のニュースとしては、読者数は最多。

② 旅行×デジタルのニュースに強み。

③ 主な読者は、DMOをはじめとした観光産業分野の、経営層やキーパーソン。

④メルマガ登録おすすめ。

www.traveloice.jp

トーマス・クック破綻の理由を分析してみた、一因は「デジタル対応の遅れ」、頓挫した従来型モデルからの脱却と構造改革【外電】

おすすめ 180 ツイート B! ブックマーク 0 Pocket

2019年9月28日　カテゴリー：デジタル, ニュース, 旅行会社

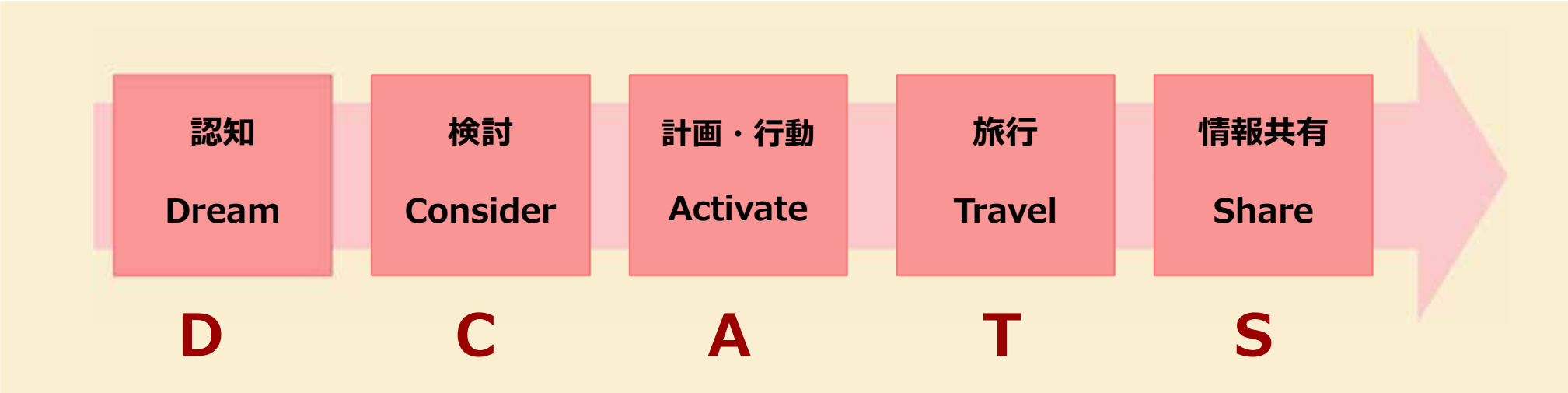
印刷する

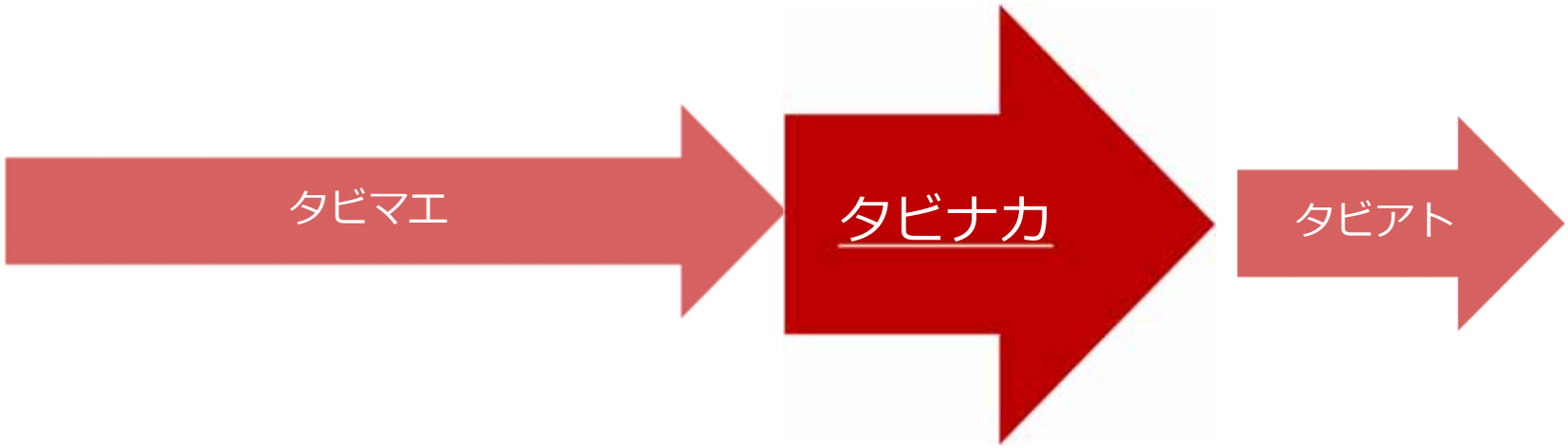
トーマス・クックの破綻は、旅行業の歴史において最も注目を浴びた失敗のひとつとして、今後アナリストによって詳しく分析されることになるだろう。

その要因としてさまざまなことが考えられる。2007年のMyTravel買収以降、慢性的な財政問題に苦しみ、いくつかの主要マーケットでは政情が不安定で、夏には異常な暑さに見舞われた。他にもいろいろとあるが、それらすべてが、トーマス・クックが多額の負債を抱え、こんなにも劇的に破綻した要因だろう。

旅行×デジタル

DCATSと、「タビマエ・タビナカ・タビアト」





いま「旅行×デジタル」で起きていること

1. ブルーオーシャンが、レッドーシャンに
   （民泊、ライドシェアなど）

2. 理想的と思われたソリューションが、新たなバトルに
   （キャンセル社、決済など）

3. 「モノ消費→コト消費」が、「トキ消費・イミ消費」に

4. 帰ってきた「ポータル」（スーパーアプリ）

いま宿泊施設の「デジタル」で起きていること

1. 利益性＝レベニューマネジメントのテクノロジー（宿泊料金の最適化）

2. 客室流通＝「直販」強化のためのテクノロジー（レートパリティー＝宿泊料金の統一化）

3. 顧客満足度＝クチコミ／レビューのテクノロジー

4. 施設内デジタル＝スマホの客室キーやルームサービス注文のテクノロジー

■観光産業ニュース「トラベルボイス」

TRAVEL VOICE

ありがとうございました！

www.traveloice.jp