

800社以上のホームページ制作実績



アビリティコンサルタント
的場弘明 社長

ホテル・旅館を中心に全国800件のWEBページ制作を手掛けているのが、アビリティコンサルタント(名古屋市中区)だ。同社はもともと宿泊施設の経営コンサルティングを行っており、現在も取引先の8割が宿泊施設だという。宿泊営業の流れを知り尽くした視点から、施設各社の現場事情に基づいたITサービスを提案してきた。その結果、多くの取引先が増収・増益を実現した。今回は代表取締役社長の的場弘明氏から、宿泊営業のIT活用の「本質」を聞いた。

旅行・宿泊予約のIT化は、EC(=電子商取引、インターネットを使った商品売買・契約)の1分野。ホテル旅館のサイト制作ノウハウは、ECサイトの制作ノウハウに通じるところがあるんです。クリックしやすいページレイアウトや、キャンペーンの展開など、ECサイトの手法は参考になります。当社の取引先の8割が宿泊施設ですが、残り2割は全くの異業種企業。さまざまな業種の手法を相互応用を考えています。

旅行・宿泊予約は、一般的なネット通販と同様「購入段階で現物商品が手元にならない」という共通点があります。どちらもネット上の情報発信、「事前コミュニケーション」が購入・予約の力ギになります。

旅行の場合、昔から旅行会社のパンフレットが予約のステップになっていました。その媒体が紙からネットになりましたが、本質は変わらな

ネットはマッチングツール 宿の強み、経営者の思いを表現する手段

「大繁盛」とされます。だから、「万人受け」よりも「ファン作り」に力を入るべきなんです。ITで集客するには、小手先のテクニックやノウハウを知るより、集客の本質を理解することの方が重要です。ファンを作るには、自社施設の魅力、「強み」が何かを知ることが第一歩。その強みや、経営者自身の思い・心を表現する手段が、ホームページや宿泊プランなのです。

宿泊施設にとって、インターネットは「宣伝広告ツール」というより自社の志向と合致

するファンに出会い、結びつくためのツール、「マッチングツール」という考えの方が相応しいと思います。情報発信の技術は革新的に進歩しています。それを積極的に学び、ビジネスに生かそうとする人とそうでない人の間には大きな差が生まれ、みるみるうちにその差が広がっています。

当社はもともと宿泊施設向けの経営コンサルを手掛けていました。今も取引施設の「チームメイト」として、経営者の思いを表現するお手伝いをしたいと思っています。