

今回は「アップグレード」のであれば、あらかじめそのプランの活用法」についてオペレーションをプラン述べたい。アップグレード化し、販促効果を高めるたプランとは、通常ならプランに活用することは有効で、料金をいたたき上位の客にするところを、割引あおオペレーションなしにプランるいは無料で提供することン化するだけで集客効果があるので、お客さまにお得感を与望めるといのがポイントえ、集客に寄与することが一つである。

## インターネット 第72回

### 徹底集客

このオペレーションをして点である。上位の客室を売いるのが実態ではなからう。ごとも下位の客室を売るか。つまり、安いタイプのことも流動コストはほぼ変客室でご予約いただいたお客さまでも、宿泊当日に上客が成り立つ。

それとも論になるが、アップグレードプラン作成にしているケースが多い。そあたって大事なことがある。上位の客室と下位の客アップさせる良い施策で問室が明確に区分されていないが、このように無料アップグレードしている。広さや眺望の有無、高層階

もう一つのポイントは原価をかけずに販促ができる

## アップグレードプランの活用法

や低層階、しつらいの違いなど、客室タイプを分ける切り口はさまざまである。客室タイプが1種類しかないという施設も知恵と工夫を凝らして顧客満足度を得られる上位タイプの客室を作ってほしい。

コストもかからず、内部ですでに実行しているケースが多いためオペレーション上も問題なく、集客効果も望めるアップグレードプランであるが乱用は避けたい。当然ながら、通常プラン料金をいたたいて販売している上位の客室を値引いて販売するので、上位の客室タイプの値崩れにつながる可能性を秘めている。だからこそ、繰り返し述べているように1室限定や閑散期限定などの限定条件をつけて、上手に販売してほしい。

（株式会社アピリティコンサルタント 的場弘明）  
 隔週掲載