

シリーズで時流に基づいたホームページに予約導線を設置してたホームページ（HP）のおかねばならない。

コンテンツの見直しについて述べているが、今号も引き続き「予約導線」についてである。前号までは、主に「この客室タイプに泊りにトップページにおける予約導線の設計について述べた。今号では、HP全体の予約導線に関わる点について述べていきたい。

まずはHPの全ページに

インターネット 第140回 徹底集客

インターネット 第140回

予約導線（空室検索フォームなどの入り口）があるかを確認してほしい。予約導線がトップページのみというHPも見受けられるが、

これでは大きな機会ロスを生みやすい。お客さまは、客室ページや料理ページを見てみるときに、予約したいと思うことも多い。どのページを見ているのかがしやすいうように全てのペ

また、最近ではプランベ

HPの最新トレンド（予約導線を見直そう③）

ページというページを作成し、プラン一覧を見やすく選びやすく整理する施設もある。乱雑になりがちなプランを「季節の一押しプラン」「価格重視のお客様向けプラン」「料理で選ぶプラン」「目的で選ぶプラン」などのようにプランをカテゴライズして、視覚的に分かりやすくするのである。

さらには、プランに背番号のように番号を割り振って、電話対応に備えている施設もある。そのプランページを見た際に「料理から選ぶ、の5番」と電話口で言っていただければ、予約を受け取る方も間違いなく承れるというわけである。これ以外にも予約導線にはさまざまな工夫が可能であるが、ぜひいろいろな方法をトライして成約率を上げてほしい。

（株式会社アピリティコンサルティング）
 サルタント・株式会社アライムコンセプト 内藤英賢） 隔週掲載