

**独自性のある
商品開発**

調査をもとにした 正しい価格設定

予約を意識した マーケティング

「稼働率・単価・利益」に
課題を抱える
ホテル・旅館業界向け

当社ホームページからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp] 右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。)→ 130810 🔍

数ある競合の中から選ばれる宿になるためには必要なことは？ それは【正しい価格設定×予約率の上がる集客×独自性商品】です！

このような方に
おすすめ!!

競合施設の差別化と単価UPを
同時に行いたい方

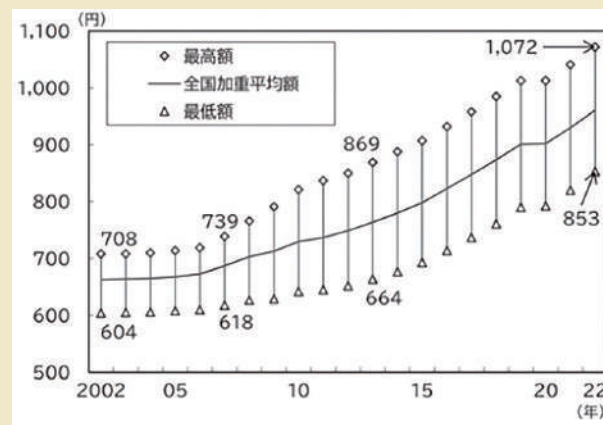
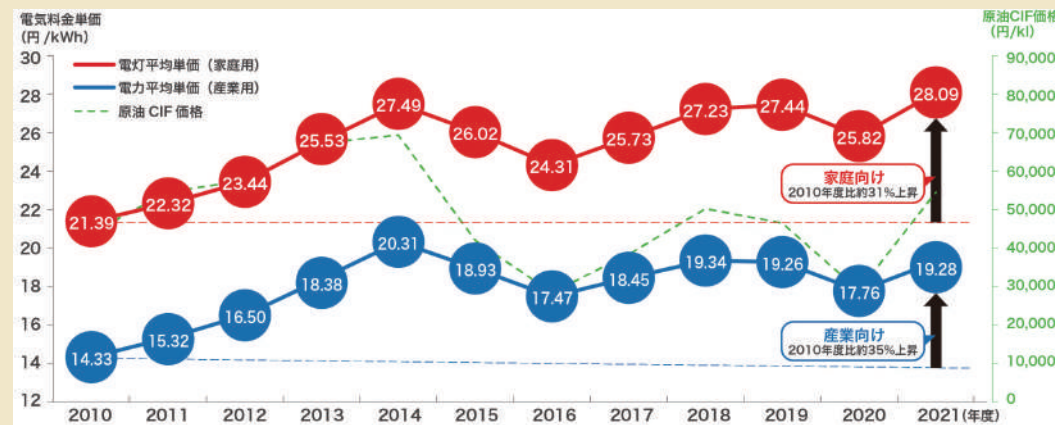
自社の強みを活かし、他にはない
誇れる旅館・ホテルにしたい方

選ばれる宿になるための
商品企画と集客手法を知りたい方

適正価格の設定方法と、単価を
上げるための大義名分を知りたい方

長期的な利益を最大化させる
最新集客手法を知りたい方

①今後の宿泊業はいかに利益の最大化をするかが鍵！



2010年以降、人件費、水道光熱費は年々増加傾向にあり、今後も同様に推移していくと
予想できます。来年以降もいかに【利益最大化】を実施するかが鍵になります。

出展：資源エネルギー庁 電気料金平均単価の推移 厚生労働省

②差別化を図って利益を最大化するためには？

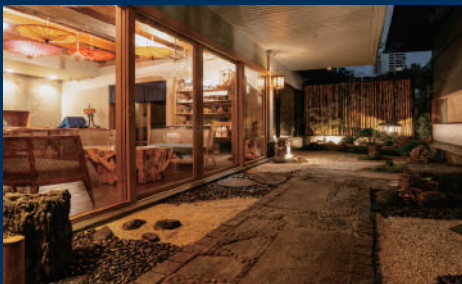
独自性商品の開発

予約する理由に！



予約を意識した集客

予約率UP!



正しい価格設定

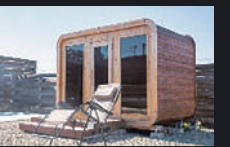
価格競争に勝つため!



③差別化&利益最大化ができる集客手法を解説します！

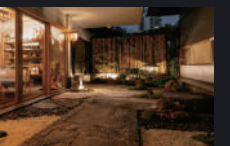
独自性のある商品開発手法とは!?

施設に宿泊することが目的になるような商品開発をするために「地域性や時流などの意味。ストーリーを含める」ことで、全国でも口コミトップクラスに！開発から集客までの手法を大公開！



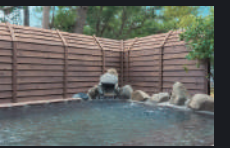
広告運用だけではない！予約率の上がる集客手法とは!?

目玉商品があるはずなのになかなか部屋が埋まらない場合は、売り方を見直してみてもいいでしょうか？Webマーケティングは広告運用だけではありません。施設を認知してから、きちんと予約につなげるマーケティング手法を解説します。



適正価格の設定と単価の改善方法とは!?

施設で設定している価格は本当に適正価格でしょうか？相場より高すぎると稼働率が、低すぎると利益率が…適正価格の調査・設定方法と、すぐにできる改善方法を解説します！

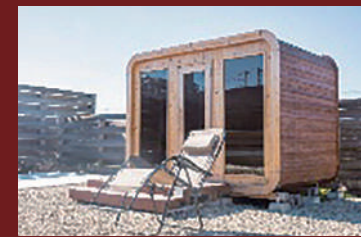


④セミナーにて最新事例をご紹介します！

【商品開発】
東北70部屋



【商品開発】
東北20部屋



【単価UP】
東北15部屋



実現するためには、エリアの適正価格を知り、予約率を意識した集客を行い、予約する理由になりえる独自性商品の開発が必要です！
具体的な数値変化や手法、事例についてはセミナーでご案内いたします！