

オリジナルプランの造成と料理改善で個人客拡大に挑戦

宿泊施設 A

同施設は、立地には優れていますが、修学旅行需要が縮小する中で、個人客の集客による収益の向上が課題でした。そのため、個人客を取り込むための商品づくりや認知度向上に取り組みました。

☺ 課題は閑散期における個人客の集客

修学旅行では知られた施設であるものの、個人客の認知度は低いため、閑散期対策として個人客にアピールしていくことが求められていました。

☺ インスタグラムで施設や地域の情報を発信

修学旅行シーズン以外での稼働を向上させるべく、個人客に認知してもらうためにInstagramを開設して、地域の観光や施設の情報の発信を始めました。イベントの情報や新たに造成したプラン、また新たに作り上げた料理の紹介などの情報を、タイムリーに発信しています。

☺ プラン魅力度アップによる料金の見直し

物価高騰もあり、これまでの料金体系では収益性の確保が難しくなる中で、宿泊料金の見直しにも取り組みました。奈良は海外からのお客様も多く、インバウンド需要も見込める中で、海外客中心のOTAサイトの料金は、従来より1,650円アップしました。ただし、単に値上げをするだけでは難しいので、外国人客が好む1泊朝食付きプランの中で、洋朝食のメニューを新たに加えることにより、魅力を高めました。



施設の特色を活かした食事メニューの造成



インバウンドのニーズにも対応する洋食朝食プランの追加

【大人の修学旅行】懐かしいあの日にタイ
真持参でワンドリンクプレゼント！



朝食付 夕食付
プラン販売期間：;
～大人の楽しい修学！

「大人の修学旅行」プラン造成によるグループ客の開拓



Instagramでの積極的な情報発信