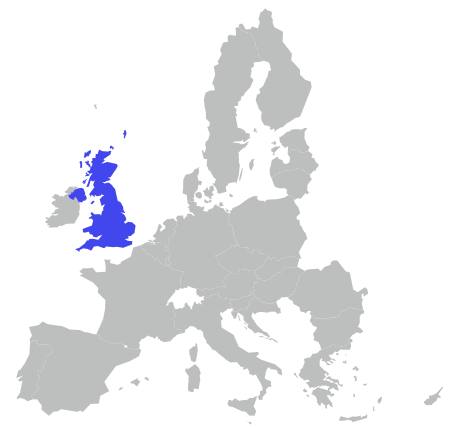


予約プロセス：旅行者がオンラインで旅行を計画して予約を行うまでのプロセスを解明

主な調査結果：英国

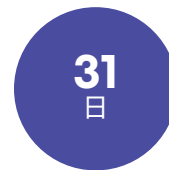


予約に至るまでには複雑で多面的なプロセスがあります。この調査では、オンラインの旅行予約の意思決定に影響を与えている主な要因およびリソースなど、予約プロセスにおける旅行者の行動を紐解きます。

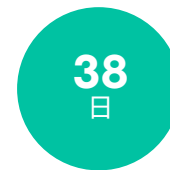
Luth Research には、以下から収集された英国の旅行者のデータが含まれています。

- 800 件以上のアンケート回答
- 10,500 人が参加するデジタルデータパネル

英国の旅行者は、最初のアイデア探し段階で約1か月かけて旅行について考え、1か月以上かけてリサーチと計画を行っています。これは平均と一致します。計画を立て予約してから旅行出発日までの期間は3か月間以上あり、平均(73日)を上回っています。



アイデア探し



リサーチおよび計画



予約後から旅行日まで

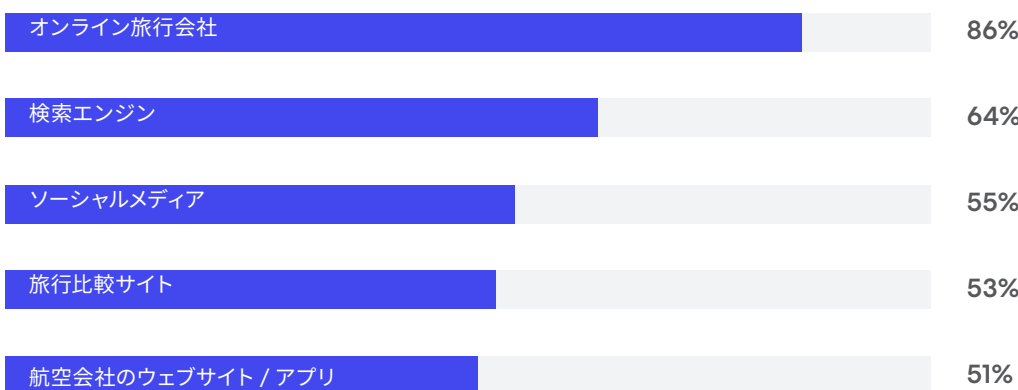
目的地選びのアイデアを提案しやすい



10人中6人

の旅行者が特定の目的地を決めていないか、複数の目的地を検討していました。

予約までに利用されるリソース



86%

の英国の旅行者が予約プロセスでオンライン旅行会社を利用

→ 平均は 80%

予約までの45日間で閲覧されたコンテンツは平均より少ない



88

ページの旅行コンテンツを閲覧

→ 平均は 141 ページ



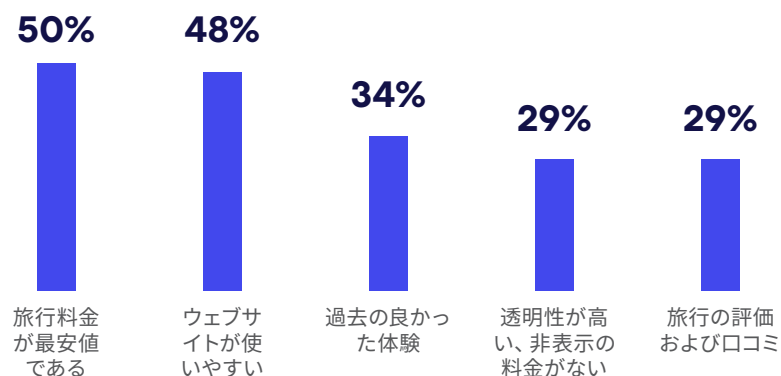
221

分をかけて旅行コンテンツを閲覧

→ 平均は 303 分



どこで計画および予約を行うか選択するうえで最も重要な要素は、最安値であることとウェブサイトが使いやすいこと



22%

の旅行を予約する前にソーシャルメディアを利用した英国の旅行者がインフルエンサーからリンクやコードを得るためにソーシャルメディアを利用 (他のいずれの国よりも高い)

英国のロイヤルティ プログラムの会員は会員となっているブランドで予約することが重要であると考えている

33% の旅行者がロイヤルティ プログラムの会員

↑これらの会員のうち

- 会員となっているブランドで 予約することが重要であると 68% が感じている
- 55% が多少高くとも会員となっているブランドで予約を行う

英国の旅行者がロイヤルティ プログラムに興味を持つ最大の理由



76%
料金の割引



58%
無料のアップグレード



58%
会員限定プロモーション



重要なポイント

目的地選びの参考になる情報に力を入れる

60% を超える英国の旅行者がどこに行くかを選択する前は、特定の目的地を決めていないか、複数の目的地を検討しています。これは、旅行者の予約プロセスの初期に目的地選びに役立つ情報を提案するチャンスがあることを示しています。

オンライン旅行会社は予約だけではない

英国では、平均より多くの旅行者がアイデア探し、計画、およびリサーチにオンライン旅行会社を利用しています。弊社では、あらゆるタイプの旅行について、予約プロセスの各段階で必要な情報を世界中の旅行者にもれなく提供することで、パートナーの皆様をサポートしています。

お得情報やインセンティブを組み込む

旅行の予約を行う場所を決めるときには、英国の旅行者は最安値で購入できるかどうかを重視しています。マーケティング コンテンツ内で、お得情報によりリード客を作り、魅力的なコンテンツや目的地選びの参考になるコンテンツでサポートすることにより、自社のブランドを目立たせることを検討してみましょう。