

インバウンドコラム

ホリデーシーズンは次の休暇旅行予約シーズン

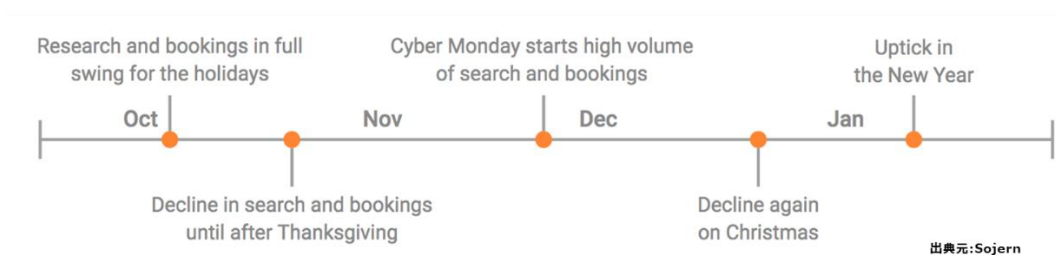
年末ショッピングイベントと旅行予約

Adobe Analytics レポートによると、2018 年のブラックフライデーは、スマートフォンからの購入が 20 億ドル以上の売り上げを記録した史上初の日でした。サイバーマンデーは、歴史上最も過酷なオンラインショッピングデーで、売り上げは 78 億 7000 万ドルと報告されています。旅行業界もこのセールシーズンを逃す手はありません。消費者は、この e コマースビッグイベント中に、次の休暇旅行先を予約したいと考えています。キャンペーンの準備を整え、ホリデーシーズン中にそれを実行することは、今やマーケッターの必須タスクです。Sojern の 2018 年調査によると、年末休暇の旅行予約検索は、10 月にピークを迎えます。その後 11 月の第 4 木曜日の感謝祭まで、旅行関連検索は減少。サイバーマンデーが始まると旅行検索数は増えはじめますが、クリスマスには再び減少します。そして、年明け 1 月に上昇に転じます。(参照※1、図 1)

2018 年感謝祭からサイバーマンデーまでの期間、世界の 1 億 3 千万人以上の人が、SNS で会話をやり取りしました。その期間、旅行検索は減りますが、YouTube や Facebook、Instagram で魅力的な動画を流し、消費者の目を引きましょう。家族割引やお手頃なカップル旅行、一人旅半額！などの販促で、旅行欲を刺激し続けるのです。ストーリーのような魅力的なフォーマットを活用し、動画で目的地を見せびらかしたり。ホテルならば、アメニティのすべてをカラーセル広告で表示しましょう。既存のサイト訪問者や、サービス利用者へ、リターゲティングでパーソナライズされた広告を見せましょう。米国の広告マーケティングメディア MediaPost によると、78%の消費者は、以前のエンゲージメントに合わせてパーソナライズされた特別オファーのみを使用します。そのほか、ダイナミッククリエイティブ広告を使用し、日付や天気、さまざまなプロモーションを表示し、旅行者の注意を引きましょう。

2019 年のブラックフライデーは 11 月 29 日。サイバーマンデーは 12 月 2 日です。ホリデーシーズンまでにいろいろな広告をテストし、年末ショッピングに忙しい消費者から、旅行予約も勝ち取りましょう。(参照※1)

図 1 10月～翌1月までの旅行検索動向



※1 年末商戦の準備は OK? | Sojern

<https://www.sojern.com/blog/ecommerce-holidays-get-your-brand-in-front-of-travelers/>