

# זהו ללא ספק עידן הטלפונים הניידים בעולם הזמנות התיירות

Posted on 17 בספטמבר 2018 by עמי אטינגר



כיום מרביתם לתכנן טיול או נופש בארץ ובחול"ל בטלפונים הסלולריים ואף מזמינים באמצעותם ישירות

**Categories:** תיירות, ראשי

**Tag:** טלפונים ניידים, הזמנת חופשות, חוויית הלקוח, התאמה אישית

הטלפונים הניידים לצד טיסות הלואו קוסט ואתרי הזמנות און ליין (OTA - Online travel agencies) יצרו מהפיכה בתעשיית התיירות והתעופה העולמית ושינו כמעט מן היסוד את התפיסה הניהולית של חברות הלגאסי, המלונאים וקמעונאי התיירות. עכשיו מצטיירת מגמה חדשה בתעשיית התעופה והתיירות, שבה הלקוחות הפוטנציאליים מתכננים את הטיול או הנופש - בארץ ובחול"ל - באמצעות הטלפונים הניידים ואף מזמינים דרכם ישירות את מרכיבי הנסיעה השונים כגון טיסות, מלונות והשכרת רכב. הם אפילו מזמינים, עם כמה חברים, מיניבוס עם מדריך כדי לטייל באזורים השונים. הכל כדי לשרת את חווייתם מהעבר ואת רצונם לתכנן ולהזמין לבד ובמהירות את נסיעתם. הם גם נעזרים באמצעות הטלפונים הניידים להתנייד בנופשונים ובטיולים, בהליך שהחל טיפין טיפין ב-2014 וכיום הוא במגמה גדלה והולכת. כך נמצא באתר TrekkSoft, המתמחה בליקוט נתונים סטטיסטיים ממקורות שונים.

המפעילים את הטלפונים הניידים שלהם למימוש רצונם התיירותי מבצעים זאת בשתי שיטות עיקריות:

- שיטוט באתרי חברות התעופה וספקי התיירות כגון מלונות, השכרת רכב, אתרים וכו' ולבצע את הזמנתם ישירות בהתאם להעדפותיהם.
- שימוש באפליקציות, כמו למשל, Smartair, Travelist, Easygo ורבים נוספים, ובאמצעותם הם מתכננים, מזמינים

ומיישמים את רצונם התיירותי.

## שם המשחק הוא חוויית הלקוח

לפי אתר Skift, כשמדובר בחוויית הלקוח, ההתאמה האישית לנסיעות היא שם המשחק השנה. אתרי Google ו-Phocuswright טענו כבר ב-2017, כי 57% מהנוסעים חשים כי המותגים צריכים להתאים את המידע שלהם על בסיס העדפות האישיות של הלקוחות הפוטנציאליים, או ההתנהגויות הקודמות שלהם. אם מותג הנסיעות התאים עצמו לחוויית הנסיעה של הלקוח על סמך העדפותיו האישיות, או התנהגותו בעבר - 36% צפויים לשלם יותר עבור השירותים.

בראיון שהתקיים השנה עם מנכ"ל אתר הנסיעות GetYourGuide **יוהנס רק** (Johannes Reck) לאתר הנסיעות הטכנולוגי Tnooz, הוא אמר כי "הצלחה אמיתית בעתיד הנסיעות תהיה למספקים התאמה אישית".

סגן נשיא ההנדסה של Google לנסיעות וקניות, **אוליבר הקמן**, אמר ב-2017 לאתר PhocusWire, כי כמעט 60% מהצרכנים מאמינים שניסיון הנסיעה שלהם מחייב פריסה נכונה בשימוש בבינה מלאכותית, ולבסס את תוצאות החיפוש שלהם על פי התנהגותם בעבר ו-או העדפותיהם האישיות..

**גיימס ווטס** (James Waters), המנהל הגלובלי של שירות הלקוחות ב-Booking.com אמר: "כשאנחנו פועלים בתעשייה שהיא מאוד אישית, רגשית ומורכבת, אנחנו שומרים על האיזון הנכון בין אינטראקציה אנושית אמיתית לבין אוטומציה יעילה, זה משהו שאנחנו תמיד מנסים לעשות, לכוון ולבצע אופטימיזציה בכל שלבי המסע של הצרכן".

**Rashesh Jethi**, סגן נשיא בכיר בהנדסה בחברת אמריקן איירליינס וראש תחום החידוש של חברות התעופה בקבוצת אמדיאוס, אמר לאחרונה לאתר PhocusWire, כי בינה מלאכותית היא "מטריה רחבה שמציבה בכנות את כל מה שלא הצלחנו להבין".

## ההזמנות בנייד ממשיות עלות

Booking.com מצא, כי 80% מהלקוחות מעדיפים שירות עצמי על מנת לקבל את המידע שהם צריכים. תובנת צרכני לקוחות בגוגל מצאה כי הנתונים בארה"ב מראים כי 26% מכלל חיפושי הנסיעות ברבעון הרביעי של השנה שעברה בוצעו במכשירים ניידים. באזורים אחרים בעולם, הנתון היה אף גבוה יותר: באירופה 47%; באסיה 40%; במזרח התיכון ובאפריקה - 38% ובאמריקה הלטינית 34%.

## טלפונים ניידים הם לא רק להזמנת טיסות ובתי מלון

תובנת צרכני לקוחות בגוגל אף מצאה, כי יותר מ-70% מהנוסעים בארה"ב מסכימים שהם "תמיד" משתמשים בטלפונים הניידים שלהם בזמן הנסיעה, שזו עלייה של 41% מ-2015. הנוסעים בדרך כלל משתמשים במכשירים הניידים שלהם כדי למצוא פעילויות או אטרקציות, אזורי קניות ומסעדות, או לנווט את נסיעתם. למשתמשים נוח יותר עם סיוע דיגיטלי, כש-70% מבקשות הסיוע מגוגל נעשות בשפת המקור. אנשים נהנים לשוחח עם המחשבים הסלולריים. עוד מתברר, כי יותר מ-1 מתוך 3 נוסעים במדינות השונות מעוניינים להשתמש בעזרים הדיגיטליים לחקר נסיעתם ולביצוע ההזמנות, למלונות, טיסות ומה לעשות בנופש או בטויל.

## לתארי OTA עדיין יש יתרון ראייתי

כשמקלידים מילת מפתח בנייד, כמו "מלון טנריף", מייד קופצים על המסך אתרי OTA שונים, המציעים עשרות מלונות באי הקסום. ההזמנות הן רק עניין של



הכל מהסמארטפון. צילום dpositphotos

זמן. יועץ התיירות הרמן ואלסון (Hermann Valsson) בחן 10 מדינות ששלחו את רוב התיירים ליעדי נופש פופולריים. בחיפושי הביטוי "מלון טנריף" בבריטניה, למשל, המהווה 34% מהמבקרים בטנריף, התברר, כי 10 מתוך 10 תוצאות חיוניות היו באמצעות ספקי OTA. כך גם היה בגרמניה, באירלנד ובדנמרק.

### גידול בחיפושים של הרגע האחרון

לפי גוגל, החיפושים הקשורים לחיפושים באמצעות הנייד ביום או בלילה, זמן קצר לפני הנסיעה, גדלו בשנתיים האחרונות ביותר מ-150%. מתברר, כי 13.72% מכלל ההזמנות מהניידים שבוצעו על ידי נוסעים בארה"ב, התרחשו בתוך חלון של 48 שעות חלון לפני ההזמנה. הנוסעים רוצים יותר גמישות והמכשירים הניידים מאפשרים זאת ולכן הם השפיעו על הנטייה הגדלה להזמין ברגע האחרון. לפי בדיקה של Phocuswright ב-2017, יותר מ-60% מהנוסעים בארה"ב יחשבו על טיול ברגע האחרון המבוסס על עסקת מלון וטיסה. 38% מההזמנות נעשות באותו היום, או יומיים לפני הנסיעה, 53% מבוצעות תוך שבוע לפני הנסיעה, ורק ב-19% מתקבלות ההזמנות מראש.