

Turtle Bay Resort が Marketo を活用して宿泊客を増やし、滞在体験を向上

ナーチャリングプログラムによってイベントやアクティビティの主要な情報を宿泊客に提供し、現地到着前に宿泊客が予定を組めるようにして、滞在を楽しめる時間を拡大

ハワイのオアフ島ノースショアに位置する Turtle Bay Resort は、全室オーシャンビュー、数マイルの海岸散歩、すばらしい食事、くつろぎをもたらすスパエステ、そしてサーフィン、ヨガ、ゴルフ、フラダンスレッスン、ヘリコプターツアー、乗馬といった尽きることのないアクティビティなど、他にはない体験を宿泊客に提供。カスタマーリレーションシップマーケティングマネージャーである Ginger Oswald 氏の任務は、見込み客やリピーターと強固な関係を構築すること。このため Ginger 氏は Marketo を採用し、メールをとおして顧客と関係を構築。休暇のプランを立てる際に真っ先に Turtle Bay を検討してもらえよう、興味を引く楽しいコンテンツを提供している。

目標

- 所在地や宿泊サイクルに合わせてターゲットを絞ったメールで、宿泊客と関係を構築
- 到着前にイベントやアクティビティを予約できるようにして、宿泊体験を向上
- 宿泊客がオンラインでイベントやアクティビティを予約できるようにすることで、スタッフの生産性を向上

メールの開封率

65% - 70%

コンバージョン率

3.3%

到着前のアクティビティ予約

20%

「現在、アクティビティの 20% は、お客様が到着する前にオンラインで予約されているため、リゾートホテル内外のアクティビティ主催者にとって、インベントリーの計画・管理、お客様サービスの向上が容易になっています」



Turtle Bay Resort
カスタマーリレーションシップ
マーケティングマネージャー
Ginger Oswald 氏



マーケティングの効果を向上

人はいつも休暇を取っているわけではなく、バケーションの行先を一瞬で決めるわけでもない。したがって Turtle Bay のようなリゾートホテルにとって、休暇の予定を立てている人に真っ先に検討してもらうことは非常に重要。Turtle Bay はこれまで、マーケティングを代理店に任せていた。その代理店は他のリゾート施設も担当していたため、Ginger 氏とそのチームは代理店の限られたリソースを奪い合う必要があった。そこで Turtle Bay のマーケティングチームは Marketo を導入し、現在は Turtle Bay の独自性をエンゲージメントが高まる方法で伝え、宿泊客が利用できる多くのアクティビティやイベントの認知度を高めている。この結果、予約が増加し、宿泊客の満足度やスタッフの効率が向上している。

「当社は今では、お客様が購買サイクルのどこにいるのか、その情報に基づいてお客様をセグメント化しています。キャンペーンは、お客様の獲得、リピーターの育成、そして予約済みのお客様との関係構築に絞っています。お客様との関係構築については、Web サイトへの訪問を促し、より充実した、わくわくするような休暇の計画に役立つコンテンツを見つけられるよう、キャンペーンを策定しています」

休暇を最大限に楽しむ

以前は大半の宿泊客が、Turtle Bay のガイドポスト（案内デスク）で自らイベントやアクティビティを予約していた。ガイドポストでは、宿泊客がたくさんの体験リストの中から選択できるよう、ガイドが手助けをする。その後、ガイドがアクティビティ予約システムに予約を入力していた。最近、宿泊客が到着前にオンラインでイベントやアクティビティを予約できるシステムが導入されたため、マーケティングチームは、宿泊客向けに Marketo のメールキャンペーンを作成して、いろいろな選択肢を案内することが可能になった。宿泊客は各メッセージ内のリンクから Marketo ランディングページに移動し、アクティビティやイベントの内容を確認したり、リンクから申し込みや支払いをすることができる。

「現在ではお客様が到着される前にアクティビティのおよそ 20% が予約済みです。これによりお客様は、アクティビティの検索や予約ではなく、滞在を楽しむことに集中できるので、このシステムは大変好評です。メール開封率は 65% ~ 70%、コンバージョン率は 3% という満足のいく結果も得られています。ビジネスの観点から見ると、当社のガイドがアクティビティ予約にかかる時間が減り、お客様がアクティビティをより満喫できるようお手伝いする時間が増えています。さらに、アクティビティの利用率も大幅に増えています」