

 airbnb

Booking.com

 tripadvisor

 Expedia

traveloka

—
O GRANDE LIVRO DAS

OTAS

 Cloudbeds

O GRANDE LIVRO DAS

OTAs

SUMÁRIO

Introdução	3
O que é uma Agência de Viagens Online (OTA)	4
Por que turistas escolhem OTAs	6
Por que as OTAs devem estar em sua estratégia de distribuição	10
Maiores Agências de Viagens Online - quem é dono de quem?	12
Benefícios de ter um Channel Manager	14
Escolhendo o Channel Manager Certo	16
Conectando-se aos Canais Corretos	18
De quantos Canais de vendas devo participar?	22
Distribuindo seu inventário estrategicamente	24
Diretório de OTAs	26



Introdução

Olá! Esperamos que você desfrute do nosso guia O Grande Livro das OTAs. Nós criamos este guia para que profissionais de hotelaria possam ter um catálogo abrangente de agências de viagens online disponíveis (OTAs) e avaliar melhor quais seriam mais benéficas para seus negócios com base nos dados que coletamos. Além de discutir o que profissionais de hotelaria precisam procurar em uma agência de viagens online, nós também fornecemos nossas ideias sobre como você pode potencializar as OTAs para ganhar distribuição mais ampla. Na Cloudbeds, nós temos paixão por conectar pessoas ao redor do mundo para criar experiências de viagens mais significativas entre proprietários, operadores e seus hóspedes. A nossa esperança é que você possa usar este guia para oferecer experiências de excelentes para novas audiências.

Por mais reservas e hóspedes mais felizes.

SOBRE A CLOUDBEDS

A Cloudbeds provê software avançado de hotelaria para propriedades independentes, que os ajudam a gerenciar reservas, distribuir a disponibilidade de quartos, vender o inventário e receber pagamentos. Nosso pacote de software inclui um sistema de gestão hoteleira, Motor de Reservas e um Channel Manager.

O software premiado da Cloudbeds é utilizado por milhares de hotéis, hostels, pousadas, hospedarias, aluguéis de temporada e grupos em mais de 120 países.

O QUE É UMA AGÊNCIA DE VIAGENS ONLINE

O que é uma Agência de Viagens Online

Agências de viagens online (OTAs) fornecem uma maneira fácil para que turistas ao redor do mundo planejem e reservem várias partes de sua viagem, incluindo acomodação, aluguel de carros, voo, atividades e até mesmo pacotes de ofertas. Ao mesmo tempo, OTAs também fornecem a hoteleiros e proprietários de propriedades independentes a oportunidade de serem vistos e encontrados por uma multidão de turistas ao redor do mundo.

Certamente, OTAs evoluíram para canais de marketing sofisticados para propriedades de todos os tamanhos e tipos, devido aos seus grandes orçamentos de marketing e publicidade. Nunca antes consumidores eram capazes de tão facilmente comparar lado a lado opções de viagem diferentes, em termos de preço, tempo e local. Essas plataformas agora oferecem acesso a mercados e regiões antes inatingíveis por pequenos hoteleiros e proprietários de hostels. Por outro lado, propriedades independentes têm um desafio quando se trata de competir contra campanhas de publicidade multi-milionárias disponíveis para as grandes OTAs. O fato é que as agências de viagens online tem uma finalidade: a de ter o inventário, incluindo o seu, na frente da pessoa certa, na hora certa. Eles estão constantemente criando novas maneiras inovadoras de capturar a atenção de seus clientes. É claro, o custo de aquisição do turista e de reservas para a sua propriedade será cobrado em comissões e tarifas da OTA. Muitos hoteleiros e proprietários de imóveis independentes têm sentimentos contraditórios quando se trata da listagem de sua propriedade em OTAs devido às taxas de comissão e uma crescente dependência em OTAs para a empresa. No entanto, ao aprender a potencializar as OTAs e distribuir estrategicamente o inventário da propriedade com elas, os operadores de estabelecimentos hoteleiros podem usar OTAs para a seu favor. O objetivo deste guia é ajudar proprietários e gerentes a deliberadamente planejar sua distribuição online para aumentar a ocupação, aumentar a receita e maximizar a lucratividade.

POR QUE TURISTAS PREFEREM AS OTAS

Hoje, agências de viagens online tornaram-se atores dominantes na indústria de turismo. As razões pelas quais turistas escolhem OTAs incluem a conveniência, a fidelidade à marca e preço.

CONVENIÊNCIA Os grandes sites de OTAs são muitas vezes a primeira parada quando consumidores montam um itinerário de viagem. Estes sites podem oferecer valor aos consumidores em todas as fases do processo de compra, desde a pesquisa sobre o destino e comparação de preços, avaliações entre usuários e a decisão final de compra. OTAs permitem que turistas comprem várias opções em uma única pesquisa. A maioria das OTAs oferecem a possibilidade de resultados da pesquisa serem filtrados por fatores específicos como preço, classificação por estrelas, avaliações de usuários, proximidade de outros locais e muito mais. Isso não só deixa fácil para turistas compararem e contrastarem opções diferentes em um único site, eles muitas vezes têm a opção de agregar a sua reserva de quartos com voos, aluguel de carros e entretenimento, a um preço com desconto. Além disso, as OTAs criam experiências online culturalmente apropriadas, incluindo conversões de moeda, suporte de idioma, e direcionamento com base em hábitos de compra.

FIDELIDADE À MARCA As maiores OTAs possuem um orçamento grande para publicidade e marketing, ajudando a formar a noção para consumidores de que OTAs são as melhores opções para se fazer reservas de suas viagens. Na verdade, o grupo Priceline sozinho gastou o montante de 3,5 bilhões de dólares em campanhas de busca paga (PPC) em 2016. Além disso, os consumidores tendem a confiar e reconhecer grandes OTAs como líderes porque elas oferecem avaliações verificadas e informações locais precisas, o que é uma grande razão para que turistas escolham OTAs.

POR QUE TURISTAS PREFEREM AS OTAS (CONTINUAÇÃO)

Por estas razões, não é incomum que consumidores desenvolvam fidelidade às marcas de agências de viagens online. As maiores OTAs têm programas de lealdade que recompensam os turistas que fizerem reservas múltiplas através de seu site, incluindo quartos (ou camas), aluguel de carros, passagens de avião e atividades. Muitas OTAs tentarão também se apropriar do relacionamento com o cliente, controlando todas as comunicações prévias à chegada. Elas se comunicam diretamente com o cliente e fornecem detalhes importantes da viagem como horários de check-in e de check-out. As OTAs também aproveitam-se desta oportunidade para estimular vendas casadas no destino, como atividades ou aluguel de carros. Criando oportunidades de contato adicionais com o cliente ajudam às OTAs construir um relacionamento forte com turistas e deixa cadeias hoteleiras competindo com OTAs para a fidelização de clientes, enquanto propriedades menores e independentes têm opções limitadas para a condução da lealdade do cliente inteiramente.

DECISÕES COM BASE EM PREÇO

Uma das maiores razões pelas quais turistas preferem as OTAs é o preço, mais especificamente a economia. Mesmo enquanto nos últimos meses inúmeras marcas de hotéis, grandes e pequenos, têm promovido suas próprias estratégias e campanhas de reservas diretas, OTAs ainda se beneficiam da percepção de serem líderes de baixo custo. Embora marcas de hotéis com programas de fidelidade experimentam uma boa parte de clientes habituais, eles precisam competir com OTAs para conquistar turistas econômicos que valorizam o preço acima de tudo.

POR QUE AS OTAS DEVEM ESTAR EM SUA ESTRATÉGIA DE DISTRIBUIÇÃO

Apesar das OTAs terem práticas que podem prejudicar a operadores de propriedades hoteleiras, ainda é benéfico e até mesmo indispensável incluí-las em sua estratégia de distribuição de propriedades.

Os canais de distribuição das OTAs são imbatíveis porque:

- 1.** O ponto principal é que as agências de viagens online dão a capacidade de atingir um número muito maior de consumidores, frequentemente a uma fração do que custaria às propriedades alcançá-los por conta própria.
- 2.** Agências de viagens online e canais de distribuição de nicho podem permitir que sua propriedade atraia tipos específicos de hóspedes ou deem acesso a novos mercados aos quais você atualmente não atinge, como por exemplo turistas internacionais.
- 3.** OTAs também têm o potencial para criar o efeito de outdoor para as propriedades, o que significa que a visibilidade dada à propriedade em uma OTA pode realmente aumentar as reservas diretas. Quando os turistas descobrem propriedades em OTAs, muitos deles ainda fazem pesquisas extras sobre a propriedade usando os motores de busca, trazendo tráfego direto ao site e aumentando as reservas diretas. Um estudo de 2017 realizado na universidade Cornell estima que uma propriedade listada em uma OTA recebe entre 9 a 26% de reservas incrementais, sem contar com as reservas feitas dentro da OTA*.

Tudo isso leva a um aumento significativo na produção de hospedagens, em consequência, no aumento das receitas para a sua propriedade.

*Anderson, C. K., & Han, S. (2017). The billboard effect: Still alive and well. Cornell Hospitality Report, 17(11), 3-10. <https://scholarship.sha.cornell.edu/chrpubs/245>

MAIORES AGÊNCIAS DE VIAGENS ONLINE - QUEM É DONO DE QUEM?

A indústria de viagens passou por muitas mudanças ao longo dos últimos anos já que várias fusões e aquisições ocorreram resultando em empresas enormes e agências de viagem que dominam o mercado. O nosso guia lista quais OTAs pertencem a qual rede, para que então proprietários possam planejar melhor os melhores canais de reserva a se conectar. Muitas OTAs serão postar as mesmas propriedades de seus parceiros e filiais. Portanto, você pode querer concentrar-se em participar de canais de redes diferentes.

Aqui está uma lista das maiores agências de viagens online e de suas redes:

BOOKING HOLDINGS

OTA: Booking.com, Priceline.com, Agoda, Rentalcars.com

Meta Pesquisa: KAYAK

Jantares: OpenTable

Expedia®

OTA: Expedia.com, Hotels.com, Orbitz, Travelocity, Hotwire, CarRentals.com, Wotif, Classic Vacations

Meta pesquisa: Trivago

Aluguel de temporada: HomeAway, VRBO

Tours/Experiências: Expedia Local Expert, Expedia CruiseShipCenters

Viagem de negócios: Egencia, Traveledoo, SilverRail

tripadvisor®

OTA: TripAdvisor, AirFare Watchdog, Booking Buddy, City Maps, Family Vacation Critic, Holiday Watchdog, OneTime, Oyster, Tingo, Eltenedor

Aluguel de temporada: Flip Key, Vacation Home Rentals, Holiday Lettings, House Trip, Niumba

Tours/Experiências: Bokun, Viator, Cruise Critic

Jantares: The Fork, La Fourchette, iens.nl, dimmi.com.au

Outras viagens: Gate Guru, Seat Guru, Jet Setter, Smarter Travel

hotelbeds GROUP

Atacadista: Hotelbeds, GTA, Tourico Holidays, travelcube, Travelbound, bedsonline

ibibo Group

OTA: goibibo, makemytrip, easytobook, hoteltravel

Passagens de ônibus: redBus

eDreams ODIGEO

OTA: eDreams, GOVoyages, Opodo, Liligo

Viagem de negócios: Travelink

BENEFÍCIOS DE TER UM CHANNEL MANAGER

Os benefícios do Channel Manager são imensuráveis para quem utiliza esta ferramenta para regular o seu inventário. Um Channel Manager é um sistema informático que conecta propriedades com vários canais de vendas de OTAs (Agências de Viagem Online) diferentes, tornando possível vender seus estoques em vários mercados de viagens ao redor do mundo. Propriedades usam um Channel Manager para administrar estoques online através de diferentes canais de distribuição de OTAs.

Sem contar com um Channel Manager, propriedades teriam que atualizar seu inventário de quartos ou camas manualmente, muitas vezes resultando em erros ou reservas duplas. Por exemplo, se você listar sua propriedade no Booking.com e no Expedia, mas você não tiver um Channel Manager, você terá que atualizar constantemente, manualmente sua disponibilidade e os preços na Booking.com, Expedia e no seu próprio sistema de gestão da propriedade. Este processo não só toma tempo de seu dia, mas também deixa uma janela de tempo para que turistas façam uma reserva dupla, o que causa erros de inventário e disponibilidade, bem problemas de paridade de preços. Propriedades que usam um Channel Manager também criam a oportunidade de se conectar a mais do que apenas algumas poucas e famosas OTAs. Isto é benéfico não só porque sua propriedade será mais amplamente distribuída na internet, mas também porque você terá a oportunidade de se conectar com OTAs menores, em nichos, que cobram um valor mais baixo taxa de comissão e tem o potencial de atrair a demografia ideal de turistas. Além disso, alguns canais são mais difíceis de se conectar do que outros e podem exigir um processo de conexão longa que pode levar dias para se completar.

Os benefícios do Channel Manager incluem uma conexão mais rápida e mais fácil aos canais, já que todos eles estão disponíveis em um só lugar, e o uso de um Channel Manager pode permitir a você tirar proveito de um processo de conexão acelerada.

A questão é: mais sendo os canais que você se conectar, mais reservas você irá receber, que por sua vez, irá ser equivalente a um aumento das receitas. Nós achamos que a grande maioria das propriedades são conectadas a 3 canais ou menos. Muitas vezes, propriedades só estão conectadas com as maiores e mais conhecidas OTAs que cobram as maiores taxas de comissão e nem conseguem atrair a demografia correta de turistas.

É por isso que é tão importante ter um Channel Manager, para que possa ajudá-lo a tirar o máximo proveito de suas conexões com OTAs.

ESCOLHENDO O CHANNEL MANAGER CORRETO

Ao escolher qual Channel Manager é o mais adequado ao seu negócio, existe uma variedade de fatores a serem levados em consideração, tais como:

- Número de canais conectados
- Confiabilidade da plataforma
- Nível do suporte ao cliente
- Tipos de integrações
- Desenvolvimento de canal ativo

A lista a seguir pode ajudá-lo a diminuir as suas opções, para que você possa selecionar o melhor Channel Manager para a sua propriedade.

- PASSO 1** Certifique-se o Channel Manager que você escolher se conecta aos canais que você já usa e depende.
- PASSO 2** Analise a quais outros canais o Channel Manager se conecta. Ele conecta-se às maiores redes OTA disponíveis, como o TripAdvisor, Expedia e Priceline? E a respeito das conexões locais em sua área? Por exemplo, se sua propriedade está localizada na América do Sul, então Despegar / Decolar poderia ser uma das mais importantes conexões de canal.
- PASSO 3** Encontre um Channel Manager que se integre ao seu sistema de gestão de propriedade para que a disponibilidade de quarto/cama seja atualizada imediatamente, reduzindo assim a possibilidade de overbookings ou de custo de oportunidade por não ter listado um quarto recém cancelado ou não reservado, e eliminando outros erros potenciais de inventário e preços.
- PASSO 4** Procure um Channel Manager que tenha uma equipe de suporte ao cliente para ajudá-lo a configurar os canais e esteja disponível para ajudá-lo com qualquer dúvida que você pode ter.
- PASSO 5** Pergunte sobre a frequência da adição de novos canais ao Channel Manager. Dependendo de sua propriedade, você pode encontrar melhor desempenho em listagem com OTAs menores, de nicho, e você precisa certificar-se de que essas conexões estarão disponíveis no Channel Manager.
- PASSO 6** Evite Channel Managers que adicionem uma comissão adicional e taxas de transação adicionais além das que as OTAs já cobram. Nunca pague mais do que deveria por reservas.
- PASSO 7** Faça sua pesquisa a respeito dos provedores que você está considerando. Confira avaliações online e converse com outras propriedades sobre a sua experiência ter a sensação da confiabilidade do Channel Manager e de seu tempo operacional.

CONECTANDO-SE AOS CANAIS CORRETOS

É importante a quantos canais você se conecta? Como você pode escolher os canais corretos tendo ou não um Channel Manager? De quantos Canais de Vendas eu devo participar? Mesmo com o melhor Channel Manager, você tem que aprender quais canais trarão mais reservas e lucro para maximizar seus benefícios. Use as seguintes táticas para ajudá-lo a descobrir os tipos de canais que mais irão beneficiá-lo.

INCLUIR OS SEUS MAIS IMPORTANTES

A menos que você faça parte de uma nova propriedade, você provavelmente terá um ou dois canais que são extremamente importantes para a distribuição do inventário de quartos/camas. Você pode prosseguir e continuar a sua conexão com tais canais, caso eles já estejam funcionando, mas não tenha receio de experimentar outros. É preciso evitar estar muito dependente de um canal no caso que seja feita uma mudança que afete negativamente a sua empresa.

UTILIZE OS MAIORES CANAIS

Priceline, Expedia, e TripAdvisor são proprietários de muitos dos maiores canais de distribuição do mundo e irão fornecer a você maior visibilidade. Mesmo tais canais tendo algumas das maiores taxas de comissão, eles oferecem a sua propriedade a oportunidade de ser visto por milhões de turistas ao redor do mundo.

IDENTIFICAR OS PRINCIPAIS ATORES LOCAIS

Cada propriedade opera num mercado único dependendo da sua localização, tipo de propriedade e demografia do viajante. Reserve um tempo para identificar o mercado no qual sua propriedade opera e ativamente adicione canais locais que coincidam com o mercado de sua propriedade. Por exemplo, uma família de classe média dos Estados Unidos irá procurar por propriedades em diferentes canais do que um mochileiro de orçamento consciente da América do Sul. É claro que ter um bom Channel Manager irá ajudá-lo a se conectar com o seu público de viagem ideal.

CONECTANDO-SE AOS CANAIS CORRETOS (CONTINUAÇÃO)

ENCONTRE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO RELEVANTES AO NICHO

Agências de viagens online de nicho e canais de venda podem dar à sua propriedade a oportunidade de atrair tipos específicos de hóspedes ou dar a você acesso à mercados aos quais você atualmente não está conectado. Existem muitos tipos diferentes de sites de nicho que focam em turistas por sua localidade, interesse ou estilo de vida, os quais podem ser úteis para introduzir hóspedes para a sua propriedade. Por exemplo, existem OTAs voltadas especificamente para surfistas com paixão por hostels, ou hóspedes que procuram por propriedades de luxo na Europa.

ANALISE TARIFAS E TAXAS DE COMISSÃO

Cada agência de viagens online define suas próprias tarifas e taxas de comissão. Alguns irão cobrar tarifas mensais ou anuais além de comissões, enquanto outros só irão cobrar uma comissão. É importante analisar o quanto de seu inventário você irá reservar para OTAs e avaliar se as reservas que você recebe deles compensam as taxas que você tem que pagar em retorno. As maiores OTAs tendem a definir as taxas de comissão a título de conta individual, portanto você deve sempre tentar negociar as taxas quando você inicialmente configura a sua conta. Por outro lado, OTAs menores geralmente têm uma estrutura de tarifas ou taxas de comissão que são as mesmas para cada conta.

ANALISE ONDE SEUS CONCORRENTES ESTÃO LISTADOS

Uma boa maneira de desenvolver sua estratégia de distribuição do canal é observar onde seus concorrentes listam os seus inventários. Você pode fazer isso através de uma simples busca no Google para ver quais OTAs estão os representando. Lembre-se que o que funciona para seus concorrentes pode não necessariamente funcionar para você, mas saber onde seus concorrentes estão listados pode te dar uma dica sobre quais os canais onde você pode conectar.

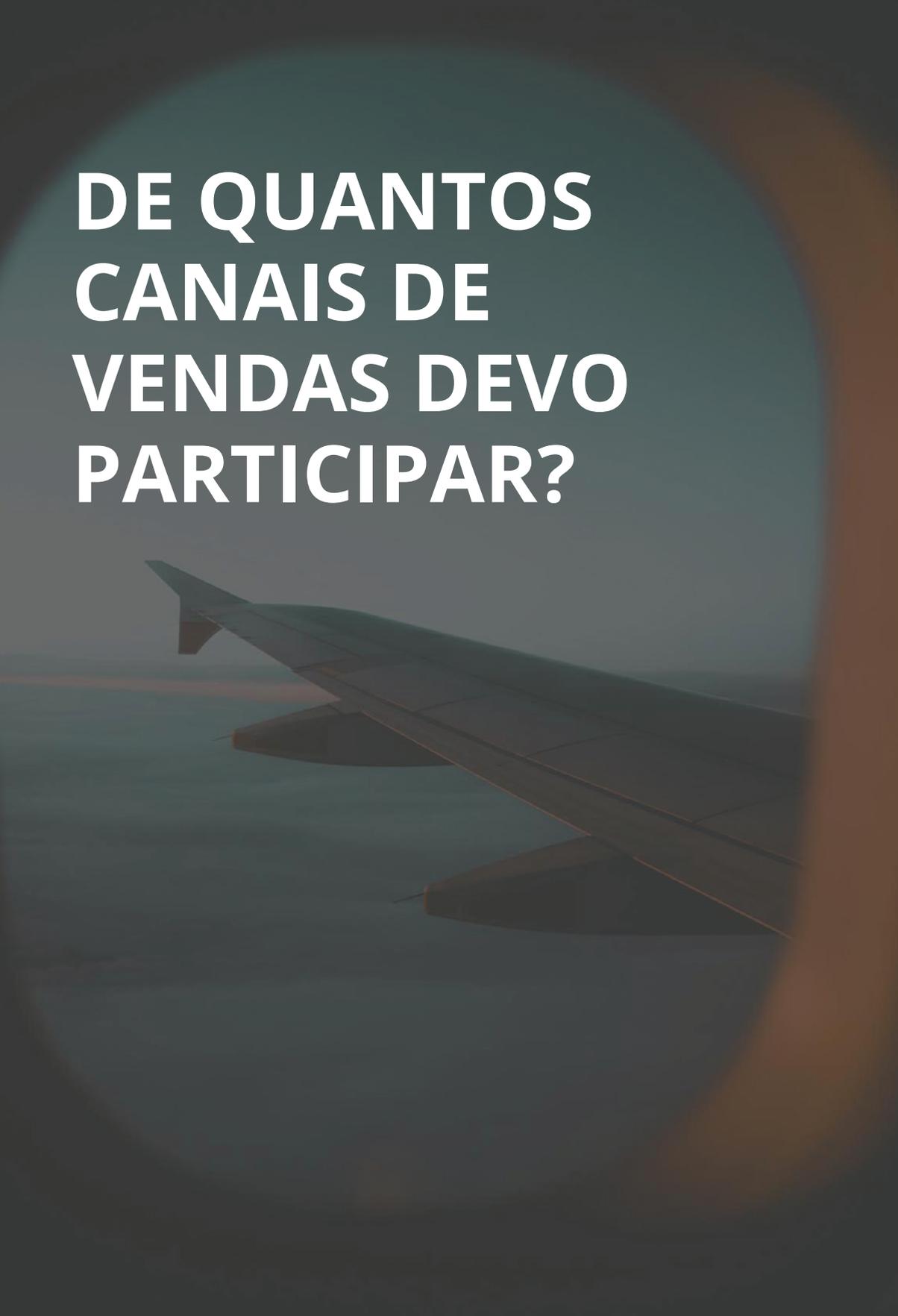
ESTEJA CONSCIENTE SOBRE MERCADOS INTERNACIONAIS

Muitos canais de OTA dominam uma única região ou um país diferente de onde você está e poderiam ajudá-lo a acessar uma nova base de clientes internacional. O CTrip é um exemplo perfeito disso. Eles são um dos maiores atores no mercado de viagens da China e tem uma forte presença na Ásia em geral. Portanto, listando sua propriedade no CTrip você pode obter mais visibilidade em um dos mercados de viagens de mais rápido crescimento no mundo.

ADICIONE MAIS CANAIS PARA MAIS RESERVAS

Adicionar novos canais regularmente ao seu conjunto de distribuição do inventário é uma ótima maneira de alcançar mais clientes, ao passo que também se aproveita ao máximo de seu Channel Manager. Ao maximizar a visibilidade da sua propriedade você vai aumentar o número de reservas e trazer um maior rendimento. Com o melhor Channel Manager, você terá a oportunidade de alcançar um grupo mais diversificado de pessoas em diferentes partes do mundo.

DE QUANTOS CANAIS DE VENDAS DEVO PARTICIPAR?



O número de canais de venda que você deve se conectar depende de alguns fatores diferentes. Ao avaliar sua decisão, considere o seguinte:

TAMANHO DA PROPRIEDADE

Em geral, quanto maior a propriedade, a mais canais de venda seria necessário estar conectado, a fim de alcançar os mais altos níveis de ocupação potencial. Por exemplo, um hotel de 100 quartos pode ter que depender de 10 a 15 sites de OTA para alcançar níveis de ocupação médios de 85% ao longo do ano. Enquanto 5 canais de vendas possam ser suficientes para uma propriedade menor de 20 quartos.

TIPO DE PROPRIEDADE

Hotéis tradicionalmente têm mais canais de venda dos quais escolher, em comparação com hostels por exemplo. O tipo de propriedade irá ditar o número de sites que estão disponíveis para a distribuição do inventário.

AFILIAÇÃO DE MARCA DE HOTELARIA

Acomodações que sejam parte de uma marca maior normalmente têm o benefício de tirar proveito de campanhas de marketing e publicidade da matriz que geram a demanda adicional para cada propriedade individual (contribuição de marca). Assim, elas podem ter que depender menos de OTAs para ocupar seus quartos. Pelo contrário, operadores independentes têm menos experiência, menos tempo e menos recursos para executar as campanhas de marketing mais eficazes, então eles podem querer se conectar a tantos canais de venda quanto forem possíveis, a fim de obter os mesmos volumes de reserva.

Em média, propriedades hoteleiras gerenciam 4,7 canais de distribuição diferentes, além de seu próprio motor de reservas. Propriedades que adicionam canais de vendas se beneficiam de um aumento da procura e de receitas incrementais.

DISTRIBUINDO SEU INVENTÁRIO ESTRATEGICAMENTE

Quando se trata de sua estratégia de distribuição do hotel e o seu inventário de quarto/cama da propriedade, uma prática recomendada é manter uma única fonte de inventário. Isto significa que você não devia fragmentar ou dessincronizar seus quartos disponíveis, fornecendo partes do inventário offline para um canal de distribuição específico.

Existem várias vantagens da manutenção de uma única fonte de inventário, incluindo:

- Ter todos os canais conectados e atualizados (em termos de preço e disponibilidade)
- Proporcionar oportunidade máxima para clientes reservarem seu inventário disponível
- Ser capaz de visualizar imediatamente alterações na disponibilidade em seu sistema de gestão de propriedade
- Manter o controle de preços e estoques em todos os momentos.

Quanto à estratégia de distribuição do hotel, recomendamos que os proprietários permitam que todo o inventário disponível seja distribuído igualmente e sincronizado através de um Channel Manager entre todos os sites conectados. Assim, tão logo o inventário for reservado em um canal, ele será automaticamente cancelado em outros canais. Por exemplo, se você tiver 50 acomodações em sua propriedade, todas as 50 estarão disponíveis para serem reservadas em todas as OTAs, e cada nova reserva irá reduzir essa disponibilidade em 1, o que também será transmitido a todos os canais conectados ao mesmo tempo.

Caso você optar por fornecer um canal com uma colocação dedicada e exclusiva de seu inventário, saiba que implicações incluem manutenção manual e conservação dos registros, risco de overbooking, experiência do hóspede ruim e a limitação da sua oportunidade de distribuição e de reservas diretas.

DIRETÓRIO DE OTAS

9Flats	28	Google Hotel Ads	41
Agoda	29	GTA	42
Airbnb	30	Homeaway / VRBO	43
BedandBreakfast.com	31	HostelCulture	44
Booking.com	32	Hostelsclub	45
Cleartrip	33	Hostelworld	46
Ctrip	34	Hotel Bonanza	47
Despegar / Decolar	35	HotelBeds	48
Dorms.com	36	HRS Group	49
eDreams / Odigeo	37	Ostrovok	50
Expedia	38	Traveloka	51
Flipkey	39	TripAdvisor	52
Goibibo	40	Yatra	53

PERFIL DA OTA

9flats.com

Fundada em 2011 e muitas vezes considerada a versão Europeia do Airbnb, a 9flats oferece acomodação alternativa de curta duração, como apartamentos privados, aluguéis de temporada, casas de hóspedes, quartos e muito mais.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Europa

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Menos de 1 milhão



NÚMERO DE ANÚNCIOS

6,000,000

COMISSÃO MÉDIA

15%

TIPOS DE PROPRIEDADES



POUSADAS



ALUGUEL DE
TEMPORADA



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

A 9flats e a Wimdu uniram forças em 2016. Elas são os canais críticos provedores de Aluguéis de Temporada que atraem visitantes da Alemanha, Áustria, e Suíça.

PERFIL DA OTA

agoda



O Agoda foi fundado em 1998 e mais tarde foi adquirido pelo grupo Priceline (agora chamado de Booking Holdings) em 2007. They are currently one of the leading online travel booking sites for the Asian market. O site do Agoda está disponível em 38 línguas e anuncia todos os tipos de propriedades.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Ásia

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Mais 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

1,000,000

COMISSÃO MÉDIA

16%

MODELO DE NEGÓCIOS

Comerciante, Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE
TEMPORADA

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

O Agoda tem sido a líder de mercado no sudeste da Ásia, mas agora está fazendo um esforço concertado para os mercados dos EUA, Índia e Europa. Está alimentando o modelo de comercialização do grupo Priceline.

PERFIL DA OTA



Os turistas que querem experimentar um destino um local vão ao Airbnb, e 74% das propriedades estão localizadas fora dos principais distritos de hotéis. Sua gama de listagens vão de camas de ar em apartamentos a castelos encantados. A abordagem de colaboração em massa e cultural do Airbnb transformou a indústria de hotelaria.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Global

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Mais 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

3,000,000

COMISSÃO MÉDIA

3% (+ taxas pagas por hóspedes)

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

O Airbnb é amplamente conhecido por oferecer acomodações experiências únicas aos turistas, apresentando uma grande variedade de tipos de propriedade em mercados selecionados. a Cloudbeds é um dos poucos fornecedores oferecendo uma conexão direta, em tempo real ao Airbnb.

PERFIL DA OTA



O BedandBreakfast.com é um dos maiores sites do mundo para reservas de pousadas. Ele permite que turistas descubram novas propriedades, proprietários de imóveis fazerem propaganda de seu inventário para novos turistas e oferecem a proprietários de propriedades os recursos para manter seus negócios. Ele agora é de propriedade do Expedia, Inc. e pertencem à rede HomeAway.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

América do Norte

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Menos de 1 milhão



NÚMERO DE ANÚNCIOS

30,000

COMISSÃO MÉDIA

16.5%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



POUSADAS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

Este canal é um fundamental para qualquer propriedade de estilo de pousada, especialmente aqueles localizados na América do Norte.

PERFIL DA OTA

Booking.com

Com mais de 50 milhões de avaliações verificadas listadas em seu site, o Booking.com é um dos maiores e mais populares sites de viagens do mundo. Eles atendem a turistas de todos os tipos, em mais de 40 idiomas e listagens disponíveis em 227 países e territórios ao redor do mundo.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Global

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Mais 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

1,524,562

COMISSÃO MÉDIA

15%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA



ÁREA DE CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

O Booking.com oferece um maior inventário do que qualquer outro site no mundo, com uma comissão relativamente razoável. É relevante para quase todos os tipos de propriedade em todos os países do mundo.

PERFIL DA OTA

cleartrip

Lançada em 2006, a Cleartrip é uma das principais empresas de viagens online na Índia. Ela oferece um portfólio de canais destinadas aos consumidores, agentes de viagens e empresas, cada qual fornecendo opções centradas no cliente para o planejamento de viagens.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Índia, Oriente Médio

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Entre 5 e 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

600,000

COMISSÃO MÉDIA

19%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

Oferecendo uma experiência simples e revigorante para turistas, e incluindo um aplicativo móvel muito bem avaliado, a Cleartrip tem um foco maior em experiências locais. Apoiado por investidores como o Concur, a Cleartrip é um canal crítico para hotéis indianos e do oriente médio que querem expandir para tanto viagens de lazer e negócios.

PERFIL DA OTA



Ctrip é o principal site de viagens da China. Eles fornecem serviços para mais de 300 milhões de membros com mais de 1.200.000 hotéis listados e 30 milhões de clientes. O Ctrip é uma marca forte dentro da China e domina o mercado local.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Ásia (China)

MERCADOS PROEMINENTES

China

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Mais 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS COMISSÃO MÉDIA MODELO DE NEGÓCIOS

1,000,000

15%

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA



ÁREA DE CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

O Ctrip alega alcançar mais de 70% de todo o mercado de viagens da China online. Este canal é absolutamente essencial para qualquer propriedade procurando atrair e disponibilizar seus produtos para turistas chineses.

PERFIL DA OTA



Despegar é a maior agência de viagens online focada na América Latina. Decolar é sua OTA focada nos turistas Brasileiros viajando pelo mundo.

ALCANCE GEOGRÁFICO

América Latina

MERCADOS PROEMINENTES

América Central, América do Sul, Brasil

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Entre 5 e 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS COMISSÃO MÉDIA MODELO DE NEGÓCIOS

300,000

19%

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA



ÁREA DE CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

Despegar/Decolar fornece uma conexão que oferece às propriedades uma grande exposição nos mercados Latinoamericanos, tanto em Português como em Espanhol.

PERFIL DA OTA



Dorms.com é um mercado global somente para hostels, oferecendo sites localizados que permitem que turistas naveguem em seu idioma nativo. Eles estão crescendo sua presença internacional com mais de 1 milhão de noites reservadas até agora.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

América do Sul, América do Norte e Europa

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Menos de 1 milhão



NÚMERO DE ANÚNCIOS

30,000

COMISSÃO MÉDIA

12%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOSTEL

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

Propriedades de Hostels querendo se conectar ao Dorms.com podem ter quartos privados mas devem ter pelo menos 1 dormitório. A empresa possui várias marcas ao redor do mundo e oferece suporte para vários planos de tarifas. Você agora pode se conectar ao Dorms.com dentro do sistema Cloudbeds com a funcionalidade de registro Express.

PERFIL DA OTA

eDreams ODIGEO

Com presença em 33 mercados, a eDreams é uma das agências de viagens online líder no mundo e a maior varejista de voos da Europa. Eles oferecem a turistas mais de 1,7 milhões de propriedades e mais de 155000 rotas de voo. A eDreams pertence ao grupo ODIGEO, que inclui GoVoyages, Opodo, Travellink, Liligo e BudgetPlaces.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Europa

MERCADOS PROEMINENTES

Europa

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Entre 5 e 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

1,100,000

COMISSÃO MÉDIA

20%

MODELO DE NEGÓCIOS

Comerciante, Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA



ÁREA DE CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

A eDreams tem sido líder na venda de passagens de avião por algum tempo. Em 2017, eles adquiriram a BudgetPlaces para entrar no mercado de acomodações e começar a vender pacotes de viagens. Com quatro sites da marca, centenas de milhares de voos e milhões de acomodações, o eDreams pode ser novo mas não é pequeno.

PERFIL DA OTA



O Expedia é a matriz para mais de 200 sites de reserva de viagens, incluindo Hotels.com, Trivago, HomeAway, Travelocity, Orbitz, Hotwire e muito mais. Eles atraem milhões de reservas por ano para centenas de milhares de propriedades ao redor do mundo.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Global

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Mais 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

510,000

COMISSÃO MÉDIA

16.5%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência de comerciantes /
Publicidade para o varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE
TEMPORADA



ÁREA DE
CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

Ativando a conexão com o Expedia, propriedades irão transmitir seu inventários para o Hotels.com, Wotif e muitos outros veículos da marca. Nenhum outro ponto de conexão único dará à propriedades acesso a um maior número de marcas e sites do que o Expedia.

PERFIL DA OTA



O FlipKey é um dos maiores sites do mundo para reservas de aluguel de temporada. Ele ajuda os turistas a encontrar aluguéis de temporada exclusivos em todo o mundo, desde centros de cidades a ilhas remotas. O FlipKey é de propriedade do TripAdvisor e opera como parte do grupo TripAdvisor Rentals.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Principalmente Am. do Norte e
Europa, mas tem listagens Globais

MERCADOS PROEMINENTES

Global

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Entre 1 e 5 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

83,000

COMISSÃO MÉDIA

3% (+ Taxas pagas
por hóspedes)

MODELO DE NEGÓCIOS

Comerciante

TIPOS DE PROPRIEDADES



ALUGUEL DE
TEMPORADA

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

O FlipKey continua sendo um dos locais mais atraentes de distribuição de aluguéis de temporada por causa de suas taxas de comissão baixas.

PERFIL DA OTA



Fundado em 2009, o Grupo ibibo tornou-se uma das maiores empresas de viagens online da Índia e é proprietário dos populares sites Goibibo.com e makemytrip.com. Além da hotelaria, opera com o redBus.in, uma popular plataforma para ônibus e o PayU Índia, uma plataforma líder para pagamentos.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Índia

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Mais 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

30,000

COMISSÃO MÉDIA

15.5%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA



ÁREA DE CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

O foco integrado do Goibibo em hotéis, transporte, pagamentos e dispositivos móveis, fez dele um dos principais fornecedores para turistas indianos. O Goibibo e o makemytrip têm emergido como marcas emblemáticas com um amplo reconhecimento, tornando-os um canal fundamental para propriedades na Índia.

PERFIL DA OTA



Primeiro, o Google lançou o Hotel Finder em 2011 como uma ferramenta básica que permitia aos usuários a busca de hotéis nos Estados Unidos. Desde então, ele aposentou o Hotel Finder e incorporou a pesquisa de hotéis em sua popular plataforma Google Maps. O Google Hotel Ads é uma plataforma de publicidade especializada que permite às propriedades serem proeminentemente incluídas no Google sempre que usuários busquem por hotéis.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Global

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Mais 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

Não aplicável

COMISSÃO MÉDIA

Varia de acordo com a campanha

MODELO DE NEGÓCIOS

Publicidade

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA



ÁREA DE CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

Google é um sinônimo de busca, então não é nenhuma surpresa que a sua incursão na busca de hotéis terem causado ondas de marketing. O Google Hotel Ads é uma plataforma poderosa para propriedades, mas deve ser usado sabiamente já que elas estarão competindo com correntes/OTAs maiores que dedicam equipes e recursos para o mercado de motor de busca.

PERFIL DA OTA



O GTA é um revendedor de inventário que atende o espaço de viagens independentes há 40 anos. O GTA foi recentemente comprado pelo Hotelbeds, o maior revendedor de inventário para viagens juntamente com Tourico e Tourico Holidays, um site de oferta de aluguel de curto prazo.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Europa

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Mais 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

55,000

COMISSÃO MÉDIA

25%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

Um dos maiores revendedores de inventários da Europa, o GTA fez uma entrada forte no segmento em evolução de excursões e atividade.

PERFIL DA OTA



O grupo HomeAway é líder no mercado de aluguel de temporada com alguns dos mais populares sites de reserva sob a sua marca. O grupo inclui o VRBO, VacationRentals.com, OwnersDirect.co.uk, Abritel, Homelidays.com, Toprural.es, AlugueTemporada.com.br, Stayz.com.au, Bookabach.co.nz, e BedandBreakfast.com, fewo-direkt.com

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

América do Norte

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Entre 5 e 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

2,000,000

COMISSÃO MÉDIA

9%

MODELO DE NEGÓCIOS

Comerciante

TIPOS DE PROPRIEDADES



ALUGUEL DE TEMPORADA

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

O grupo Homeaway juntou forças com o Expedia e continua a ser a segunda maior marca de aluguel de curto prazo atrás do Airbnb. Se sua propriedade está listada na HomeAway, provavelmente já está no VRBO. Da mesma forma, se você anunciar uma propriedade no bedandbreakfast.com, ela também é listada no Homeaway e VRBO e marcadas como pousadas.

PERFIL DA OTA



Como o nome sugere, o HostelCulture é um site de reserva dedicado a hostels. Ele permite a hostels exibirem seus inventários e a turistas reservarem suas viagens diretamente de seu site. O HostelCulture também opera passeios gratuitos e atividades em seis grandes cidades, com mais por vir.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Europa (com opções de listagem global)

MERCADOS PROEMINENTES

Europa Oriental

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Menos de 1 milhão



NÚMERO DE ANÚNCIOS

2,672

COMISSÃO MÉDIA

10%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

Além de vender camas de hostel, o HostelCulture Opera passeios gratuitos em meia dúzia de cidades na Europa, tendo se tornado um site todo Mochileiro que planeje uma aventura em hostels da Europa. Eles também prometem dividir sua baixa comissão de 10% com os clientes, dando um desconto de 5% para reservas antecipadas, como uma forma de garantir o preço mais baixo disponível (e fomentar a lealdade).

PERFIL DA OTA



O HostelsClub foi fundado em 2002 e oferece uma grande variedade de acomodações a preços acessíveis em 176 países. Embora tenha base na Itália, ele suporta 27 línguas fazendo dele um site de reservas verdadeiramente internacional para turistas em todo o globo.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Global

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Menos de 1 milhão



NÚMERO DE ANÚNCIOS

30,000

COMISSÃO MÉDIA

10%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA



ÁREA DE CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

O HostelsClub oferece uma baixa comissão de 10% e continua sendo um dos poucos sites de viagens independentes disponíveis. A sua equipe internacional e o foco em relacionamentos faz dele uma escolha fácil para propriedades que querem expandir seu alcance em novos mercados.

PERFIL DA OTA



Hostelworld orgulha-se de ser a maior plataforma online para reservas de hostels. Eles construíram a marca ao apelar para as necessidades exclusivas de turistas de hostels, o que inclui jovens e mochileiros. O Hostelworld lista mais de 36.000 propriedades em mais de 170 países e possui mais de 10 milhões de clientes.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Europa, Ásia, Austrália

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Entre 5 e 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

35,000

COMISSÃO MÉDIA

15%

MODELO DE NEGÓCIOS

Comerciante

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOSTEL

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

Hostelworld anuncia e vende o inventário de camas de hostels mais do que qualquer outro site. Mais de 90% dos hotéis em todo o mundo usar o Hostelworld para distribuir seu inventário. É bem possível que se você é um hostel, você já está trabalhando com eles.

PERFIL DA OTA

HOTEL BONANZA

Fundado em 2014, o Hotel Bonanza criou agitação na indústria com sua promessa de 0% de comissão sobre todas as reservas. Além disso, membros do Bonanza Club recebem um desconto de 5% sobre todas as reservas, pagos pelos fornecedores das acomodações. Com mais de 10 mil membros e 12 mil propriedades parceiras até o momento, o Hotel Bonanza anunciou recentemente sua intenção de buscar financiamento para alimentar o seu crescimento.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Europa, América do Norte

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Menos de 1 milhão



NÚMERO DE ANÚNCIOS

12,000

COMISSÃO MÉDIA

0%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA



ÁREA DE CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

Ainda é preciso esperar para saber o quão popular é o seu programa de fidelidade entre turistas, mas o Hotel Bonanza é uma solução simples e de baixo risco para diversificar fontes de reserva terceirizadas e reduzir as despesas de comissão.

PERFIL DA OTA



Como um distribuidor global de viagens, o Hotelbeds contrata, conecta e distribui mais de 170.000 propriedades em mais de 185 países parceiros diferentes, incluindo OTAs, agências de varejo, operadores turísticos e companhias aéreas. Eles possuem mais de 60.000 clientes B2B em todo o mundo.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Global

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Não aplicável



NÚMERO DE ANÚNCIOS

170,000

COMISSÃO MÉDIA

23%

MODELO DE NEGÓCIOS

Comerciante

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



ALUGUEL DE TEMPORADA

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

O Hotelbeds é o maior revendedor de inventário tradicional para hotéis em todo o mundo e está preparado para permanecer assim por algum tempo.

PERFIL DA OTA



O HRS é um das maiores OTAs e oferece a ambos turistas e empresas a oportunidade de distribuir seu inventário para um mercado global. Mais de 40000 empresas usam o HRS para agendar viagens corporativas. O HRS é mais proeminente na Europa, mas exibe inventário de todo o mundo.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Europa

MERCADOS PROEMINENTES

Europa

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Entre 1 e 5 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

300,000

COMISSÃO MÉDIA

15%

MODELO DE NEGÓCIOS

Comerciante, Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



ALUGUEL DE TEMPORADA

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

O HRS é fundamental para qualquer propriedade que atenda a viagens corporativas, mas que não gostam das taxas do GDS.

PERFIL DA OTA

OSTROVOK.RU

O Ostrovok oferece uma ampla seleção de mais de 90000 propriedades em todo o mundo. Ele tem o maior conjunto de hotéis na Rússia e tem mais 3,5 milhões de visitantes por mês. O Ostrovok também tem um programa de fidelização chamado Banco de Sonhos.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Europa Oriental

MERCADOS PROEMINENTES

Rússia

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Entre 1 e 5 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

900,000

COMISSÃO MÉDIA

15%

MODELO DE NEGÓCIOS

Não aplicável

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA



ÁREA DE CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

Como a maior OTA servindo o mercado russo, este canal é obrigatório para qualquer propriedade localizada na Rússia e deve ser considerado por outras propriedades na Europa Oriental ou propriedades em todo o mundo que buscam turistas russos.

PERFIL DA OTA

traveloka

O Traveloka é um dos maiores agentes de viagens online da Ásia. Ele é independente de outras agências de viagens online, embora o Expedia tenha investido 350 milhões de dólares em julho de 2017. O Traveloka lista centenas de milhares de propriedades por toda a Ásia e ao redor do mundo.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Ásia

MERCADOS PROEMINENTES

Ásia Pacífico

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Entre 5 e 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

100,000

COMISSÃO MÉDIA

15%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA



ÁREA DE CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

Com base na Indonésia, o Traveloka é uma das OTAs de mais rápido crescimento na Ásia e está bem posicionada para o futuro.

PERFIL DA OTA



O TripAdvisor é conhecido por sua extensa biblioteca de clientes relacionados a viagens na área de propriedades, restaurantes, atividades, companhias aéreas e muito mais. Ele também permite que turistas façam reserva de acomodações e serviços através do seu site.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Global

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Mais 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

7300000 (acomodações, companhias aéreas, atrações e restaurantes)

COMISSÃO MÉDIA

15%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo, Publicidade

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA



ÁREA DE CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

O TripAdvisor não só tem mais de 425 milhões das melhores avaliações da indústria, mas o seu novo recurso de reserva imediata agora permite que hóspedes façam reservas diretamente em seu site. A oferta de publicidade CPC e suas reservas mais tradicionais em estilo de OTA com uma comissão permitem que propriedades anunciem no site como bem entenderem. Se você não tem uma conta no Trip Advisor, não significa que você não tem comentários ou uma página, mas sim apenas significa que você não está no controle... Dê uma olhada!

PERFIL DA OTA



Lançado em 2006, o Yatra tornou-se o 2º maior agente de viagens online na Índia com mais de 80000 listagens de hotel em todo o mundo. Propriedades da marcas incluem o India travelGuru e o Adventure Nation.

ALCANCE GEOGRÁFICO

Global

MERCADOS PROEMINENTES

Índia

TAMANHO DA AUDIÊNCIA

Entre 5 e 50 milhões



NÚMERO DE ANÚNCIOS

83000 hotéis na Índia / 800000 em todo o mundo

COMISSÃO MÉDIA

20%

MODELO DE NEGÓCIOS

Agência / Varejo

TIPOS DE PROPRIEDADES



HOTEL



HOSTEL



POUSADAS



ALUGUEL DE TEMPORADA



ÁREA DE CAMPING



OUTROS

ANÁLISE DA CLOUDBEDS

O Yatra se expandiu o seu portfólio rapidamente para incluir pacotes de férias, alugueis de temporada, atividades e transporte. O Yatra é uma parada obrigatória para turistas indianos, tornando-se um importante canal para o mercado indiano.

O GRANDE LIVRO DAS

OTAs



www.cloudbeds.com