TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Sở hữu kỳ nghỉ: Lấp đầy khoảng trống dịch vụ đặt phòng truyền thống

14:27 02/10/2019

Vừa mang tính linh hoạt của OTAs, lại có khả năng cung cấp những điểm nghỉ dưỡng mà nhóm khách hàng trung thành của các thương hiệu khách sạn tên tuổi thường lựa chọn, Sở hữu kỳ nghỉ là mảng "trám" hiệu quả vào phần khuyết mà các hình thức đặt phòng truyền thống chưa đáp ứng được.

Ông Jason Hwang là một chuyên gia đã sống và làm việc tại Việt Nam hơn 7 năm. Vốn luôn bận rộn lại kỹ tính, việc lựa chọn khách sạn cho mỗi chuyến du lịch gia đình thường được ông xem xét rất cẩn thận.

Trong khi đó, con trai ông, Daniel, một tín đồ du lịch bụi, lại "ít cầu kỳ" hơn bố mình. Thay vì khách sạn sang trọng, Daniel thích ở tại các homestay để trải nghiệm cuộc sống của dân địa phương.

Lựa chọn địa điểm lưu trú và hình thức đặt phòng của 2 bố con ông Hwang giống với thói quen của rất nhiều các gia đình ngày nay. Đáp ứng nhu cầu đó, các hình thức booking vẫn liên tục được cải tiến bằng cả công nghệ và các chính sách tối ưu cho khách hàng.

"Trung thành" với đặt phòng trực tiếp

Khi lập kế hoạch đi du lịch cho cả gia đình, ông Hwang sẽ ưu tiên chọn các thương hiệu mà mình thích và đã quen sử dụng, rồi gọi điện, gửi mail hoặc vào website chính thức của khách sạn để đặt phòng theo mong muốn. Về cơ bản, các khách hàng như ông Hwang sẽ được cung cấp mã khách hàng thân thiết hoặc thẻ thành viên với đặc quyền như nâng hạng phòng miễn phí hoặc các chương trình ưu đãi mà khách hàng thông thường không có được.

Ngoài ra, rất nhiều khách sạn, khu nghỉ dưỡng còn cung cấp tour khám phá điểm đến, xe đưa đón sân bay hoặc điểm tham quan xa trung tâm… Vì thế, du khách hoàn toàn có thể giao phó lịch trình của mình cho các đơn vị quản lí khách sạn tin cậy.



Đối tượng chính của đặt phòng trực tiếp thường là khách hàng thân thiết, có thẻ thành viên

Tuy nhiên, khách hàng sử dụng hình thức đặt phòng trực tiếp cũng cần tìm hiểu kỹ về chính sách đổi, hủy phòng của khách sạn. Với một số khách sạn lớn, chính sách này có những điều khoản rất nghiêm ngặt, chủ yếu sẽ trừ trực tiếp vào số tiền du khách đã thanh toán ban đầu theo mức quy định sẵn.

Mức giá đặt phòng trực tiếp cũng thường được tính theo mức giá niêm yết và khách hàng hầu như chỉ đặt được giá tốt nếu chọn sử dụng dịch vụ vào những thời điểm có chương trình khuyến mãi đặc biệt của khách sạn.

Linh hoạt với OTAs

Thời điểm 2017 – 2019 ghi nhận hàng loạt thương vụ, sáp nhập của các ông lớn trong mảng OTAs (đại lý du lịch trực tuyến) như Booking.com, Expedia… hay việc Airbnb mua lại HotelTonight, mở rộng hoạt động kinh doanh sang cả mảng phòng khách sạn cao cấp.

Điều này cho thấy thị trường đặt phòng trực tuyến vẫn là mảnh đất màu mỡ cho các doanh nghiệp khai thác nhờ nhắm trực tiếp vào đối tượng khách hàng trẻ, cần nhanh chóng và không ngại trải nghiệm.

Với OTAs, du khách có thể dễ dàng so sánh, chọn được một điểm lưu trú phù hợp với sở thích cũng như ngân sách của mình dựa trên hàng loạt gợi ý được

đưa ra chỉ sau vài cái nhấp chuột.



Các hệ thống OTAs phù hợp với khách hàng trẻ, không ngại trải nghiệm

Quay lại trường hợp của Daniel, chàng trai này chủ yếu đi du lịch với bạn bè và thường xuyên phải đối mặt với tình trạng thay đổi về số lượng thành viên hoặc đổi ngày. Điều này dẫn tới việc phải hủy phòng hoặc đổi sang một cơ sở lưu trú với chi phí hợp lí hơn.

So với hình thức đặt phòng trực tiếp với nhà cung cấp, OTAs thường có chính sách đổi/hủy phòng đơn giản hơn. Nhờ đó những vị khách "sớm nắng chiều mưa" như Daniel có thể linh hoạt hơn khi muốn thay đổi lịch trình, địa điểm cũng như ngân sách mà mình có khả năng chi trả.

Tuy nhiên, do tính chất "trực tuyến" của hình thức này, mọi thông tin và hình ảnh của cơ sở lưu trú mang tính chất tương đối. Du khách sẽ chìm ngập trong một biển thông tin cũng như review và việc lựa chọn được một cơ sở lưu trú ưng ý đôi khi là may rủi.

Sở hữu kỳ nghỉ - "chìa khóa" cho du lịch gia đình

Vừa mang tính linh hoạt của OTAs, lại có khả năng cung cấp những điểm nghỉ dưỡng tên tuổi, đẳng cấp với chi phí hợp lý, Sở hữu kỳ nghỉ là mảng "trám" hiệu quả vào phần khuyết mà các hình thức đặt phòng truyền thống chưa đáp ứng được.

Sau hơn nửa thế kỷ được cộng đồng du lịch toàn cầu tin dùng, Sở hữu kỳ nghỉ đã chính thức có mặt tại Việt Nam khoảng vài năm trở lại đây. Mô hình này đã chiếm được cảm tình không chỉ của người thường xuyên đi du lịch mà cả những gia đình vốn trước đây chưa dành nhiều thời gian cho hoạt động này. Nổi bật trong những đơn vị khai thác mô hình Sở hữu kỳ nghỉ tại Việt Nam là thương hiệu FLC Holiday ra mắt cuối năm 2017.

Là một trong những khách hàng đầu tiên sở hữu thẻ FLC Holiday (FH), với ông Hwang, ưu điểm lớn nhất của mô hình này là khả năng tiết kiệm chi phí tối ưu.

Với thẻ FH, chi phí cho việc lưu trú có thể giảm đến 50-70% so với giá niêm yết và hoàn toàn không bị ảnh hưởng bởi việc tăng giá mùa cao điểm. Hơn nữa, mức chi phí này còn áp dụng cho toàn bộ chuỗi khách sạn, khu nghỉ dưỡng FLC và các cơ sở lưu trú nằm trong RCI - mạng lưới trao đổi kỳ nghỉ lớn nhất thế giới mà FLC tham gia.



Thẻ FLC Holiday mang tới cho các gia đình những kỳ nghỉ đẳng cấp với chi phí tối ưu

Đặc biệt, khi có thể chia nhỏ kỳ nghỉ 8 ngày 7 đêm của mình mỗi năm thành nhiều kỳ nghỉ ngắn 2-3 ngày hoặc ứng trước kỳ nghỉ của năm sau cho năm trước, thay vì chờ đợi một dịp nghỉ dài ngày, gia đình ông Hwang cũng như các chủ thẻ khác sẽ đi được nhiều chuyến hơn, phù hợp với lịch làm việc, học tập và mong muốn trải nghiệm của các thành viên.

Bên cạnh những ưu điểm về chi phí hay tính linh hoạt, sản phẩm mà FH cung cấp còn ghi điểm bởi hệ thống tiện ích đồng bộ của chuỗi quần thể nghỉ dưỡng 5 sao của Tập đoàn FLC như FLC Hạ Long, FLC Sầm Sơn, FLC Quy Nhơn, FLC Vĩnh Phúc... và các đối tác trao đổi kỳ nghỉ trong mạng lưới RCI cũng có tiêu chuẩn lưu trú đẳng cấp vượt trội. Nhờ đó, chủ thẻ FH vẫn có thể tận hưởng những kỳ nghỉ 5 sao với giá chỉ 2 sao, gạt bỏ những lo lắng của việc "quảng cáo một đằng, thực tế một nẻo" mà nhiều du khách có thể gặp phải khi đặt phòng qua các hình thức khác.

Phương Thảo