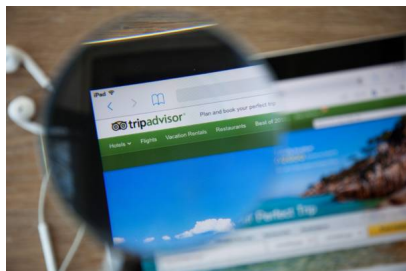


КАК TRIPADVISOR ВЛИЯЕТ НА ТУРИСТИЧЕСКИЕ БРОНИРОВАНИЯ?



Платформа провела глобальное исследование использования онлайн-обзоров и их роли в бронировании отелей, ресторанов и ощущений в целом.

Исследование, проведенное TripAdvisor в сотрудничестве с Ipsos MORI, среди 23 000 пользователей на 12 рынках (Австралия, Китай, Франция, немецкоязычные страны, Индия, Италия, Япония, Сингапур, Испания, Тайвань, Великобритания, США) довольно поучительно.

Во-первых, результаты показывают, что рекомендации остаются важным источником информации для путешественников. Фактически, 72% респондентов часто или даже систематически читают обзоры и оценки TripAdvisor, прежде чем принимать решение о выборе места проживания, ресторана или тур поездки.

Несколько оговорок

Этот процент еще выше, когда речь идет о бронировании жилья, так как четыре из пяти (81%) часто или систематически читают оценки других пользователей перед бронированием. Кроме того, почти 8 из 10 (79%) пользователей TripAdvisor с большей вероятностью бронируют отель с более высоким рейтингом, когда они колеблются между двумя похожими вариантами. Интересен и еще один показатель - более половины участников (52%) согласились с тем, что они никогда не закажут отель, не прочитав заранее рекомендации, оценки, обзоры других пользователей.

Профиль надежного обзора

При исследовании своих поездок респонденты также утверждают, что рейтинги/обзоры должны быть свежими, чтобы с ними можно было считаться. Почти четыре из десяти (39%) отметили, что игнорируют экстремальные отзывы, и более половины (55%) читают несколько обзоров и оценок из различных источников, чтобы получить более полное представление о том, что думают путешественники.

Наконец, в среднем посетители сайта TripAdvisor читают девять комментариев, прежде чем принять решение о бронировании того или иного отеля или ресторана.

Date: 2019-07-22

Article link: <https://www.tourism-review.ru/vlijanie-tripadvisor-na-bronirovanie-news11152>