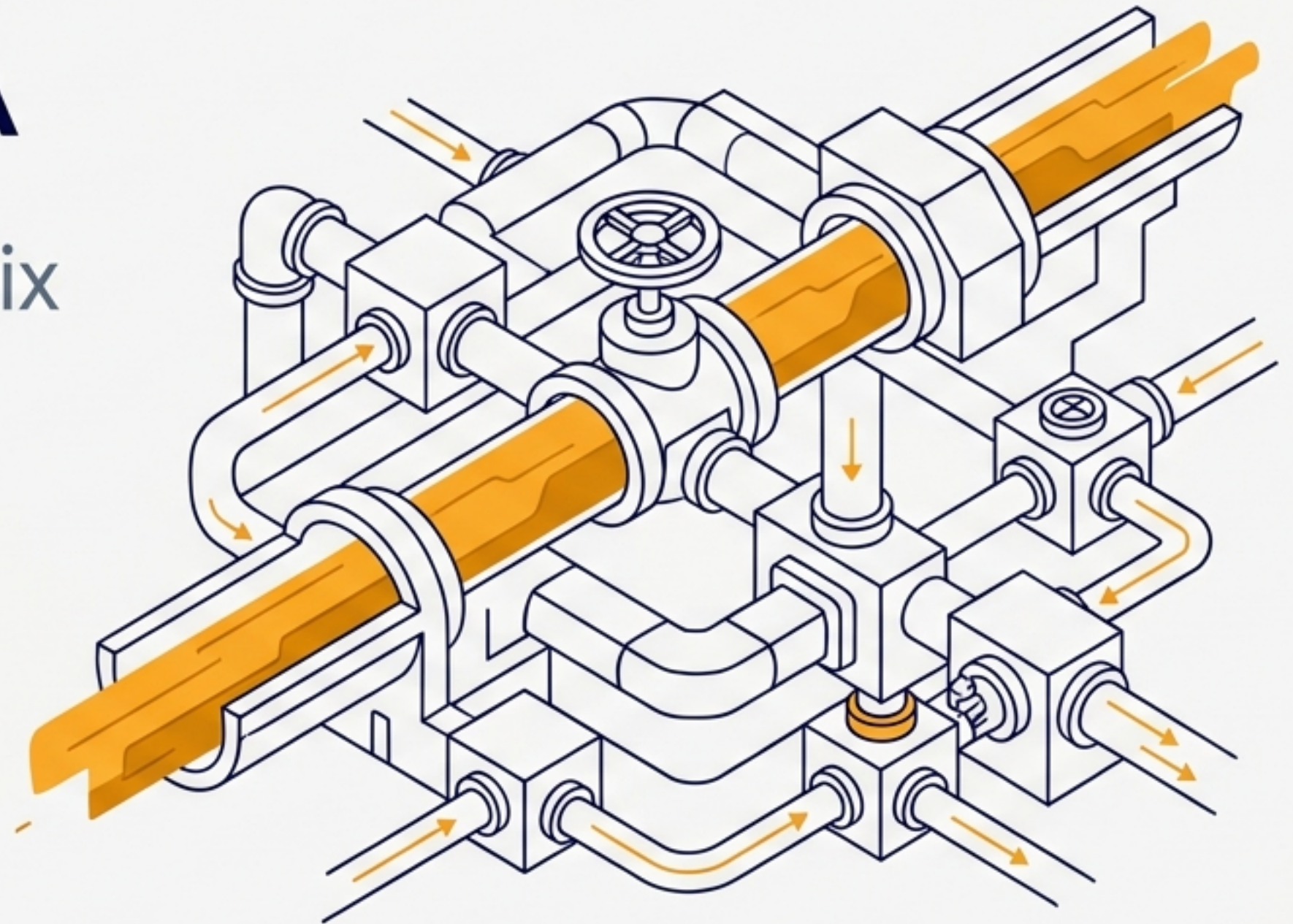


Chiến Lược Tối Ưu Mạng Lưới OTA

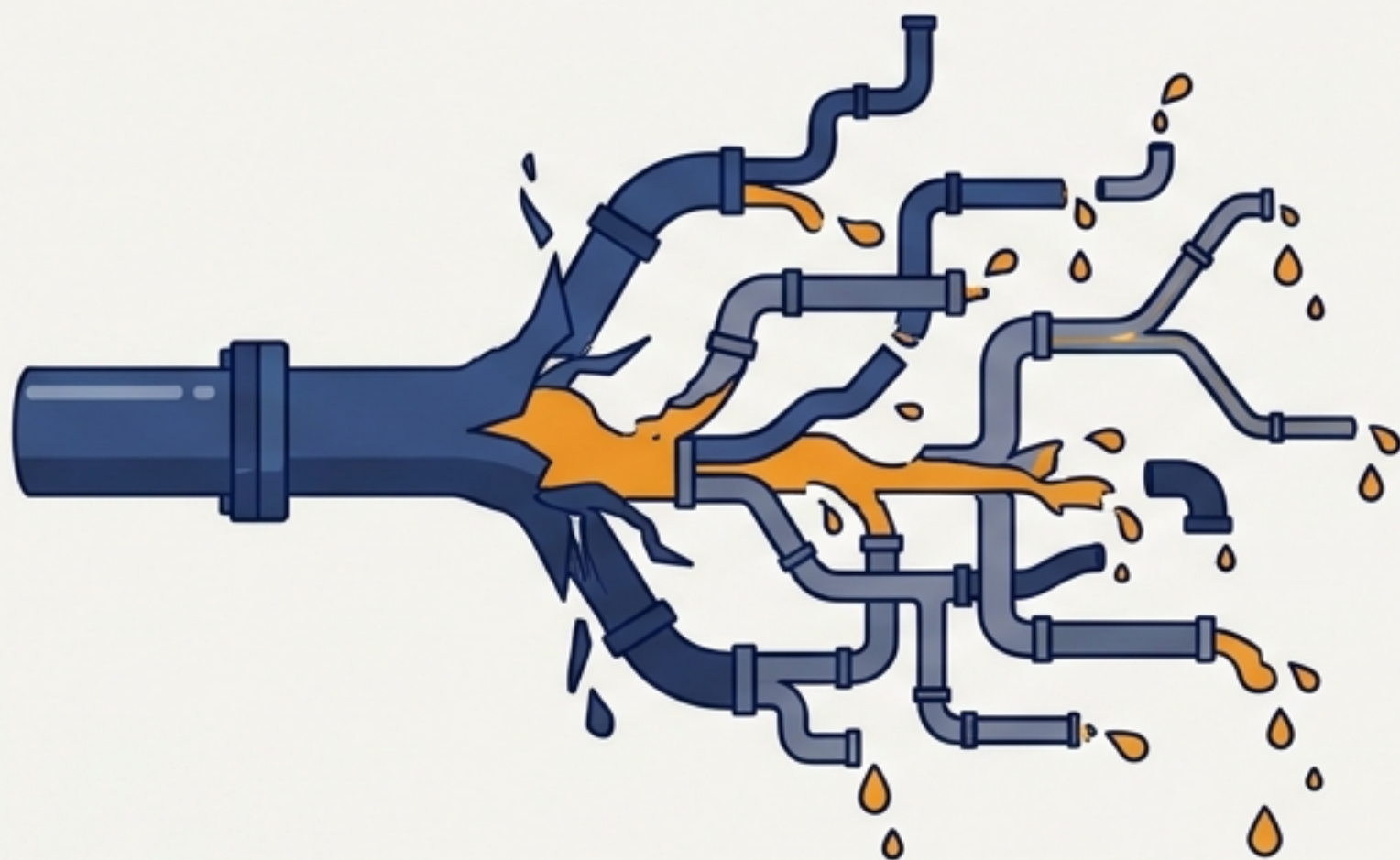
Playbook thiết lập Channel Mix
và tối ưu tín hiệu thuật toán
cho khách sạn mới.



Bẫy Phân Mảnh Lượng Phòng: Nhiều Kênh Không Đồng Nghĩa Với Nhiều Booking

Tâm lý phổ biến

Mở tất cả OTA ngay từ ngày đầu tiên để tối đa hóa độ phủ.



Thực tế vận hành

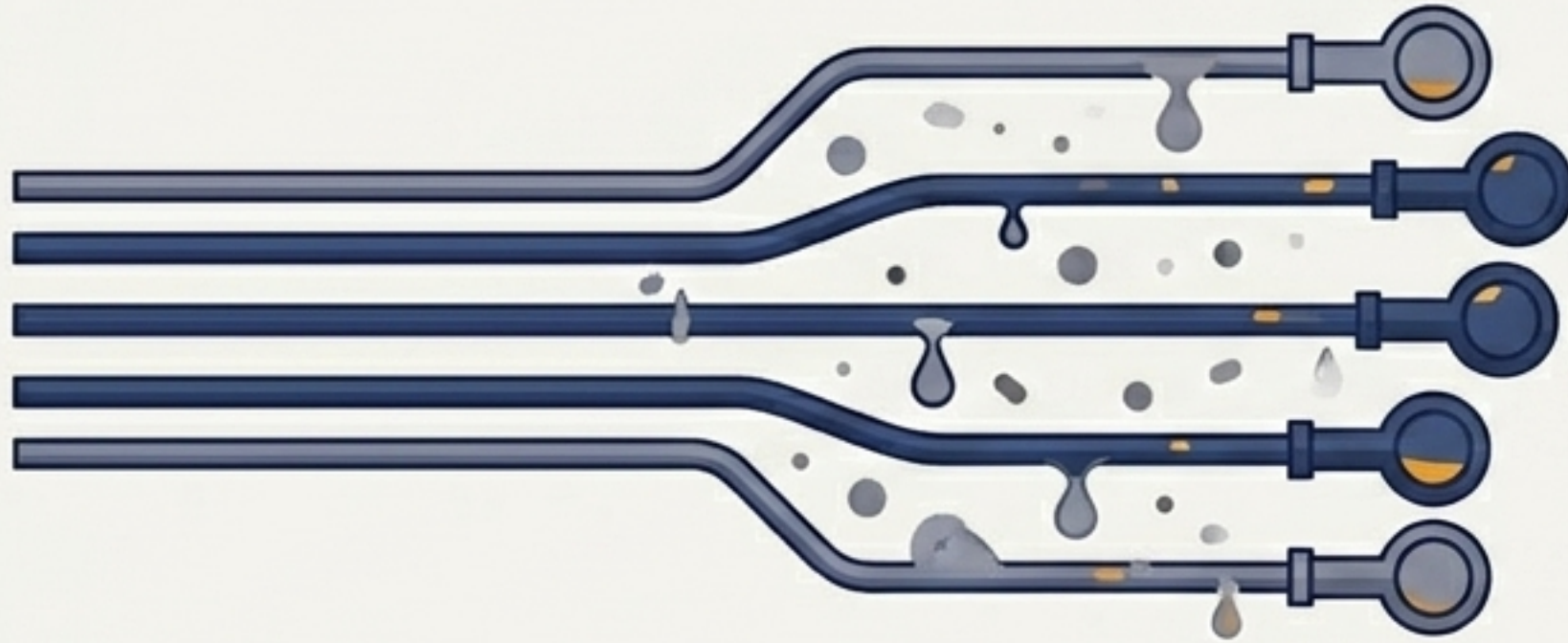
Mỗi kênh mới = Thêm 1 tầng phức tạp (Layer of Complexity).

Inventory bị phân tán diện rộng.

Hệ quả: Không kênh nào nhận đủ tín hiệu (Booking velocity) để rank tốt trên hệ thống.



Phễu Tín Hiệu Thuật Toán: Sức Mạnh Của Việc Tập Trung Lượng Phòng

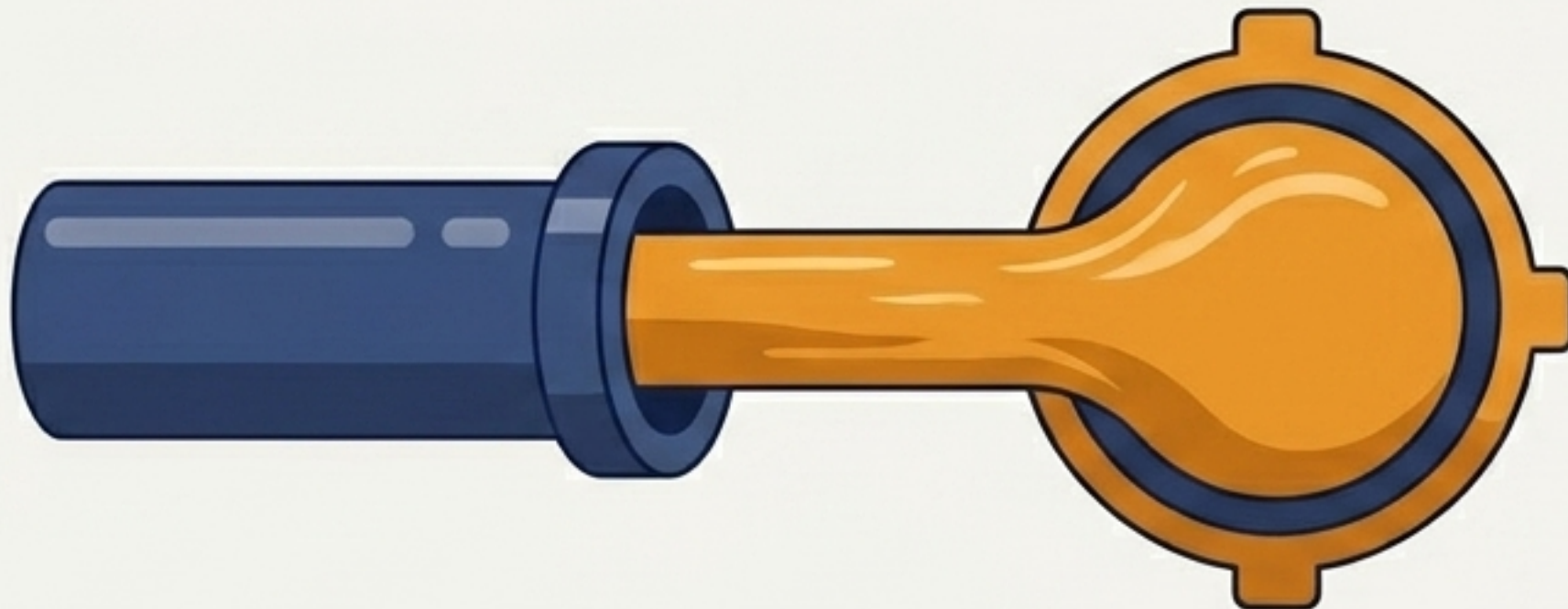


Sai Lầm Phân Tán

Mở sai kênh hoặc sai thứ tự khiến booking rải rác. Thuật toán OTA đánh giá khách sạn có hiệu suất chuyển đổi thấp -> Đẩy rank xuống dưới.



Tín Hiệu Yếu



Chiến Lược Tập Trung

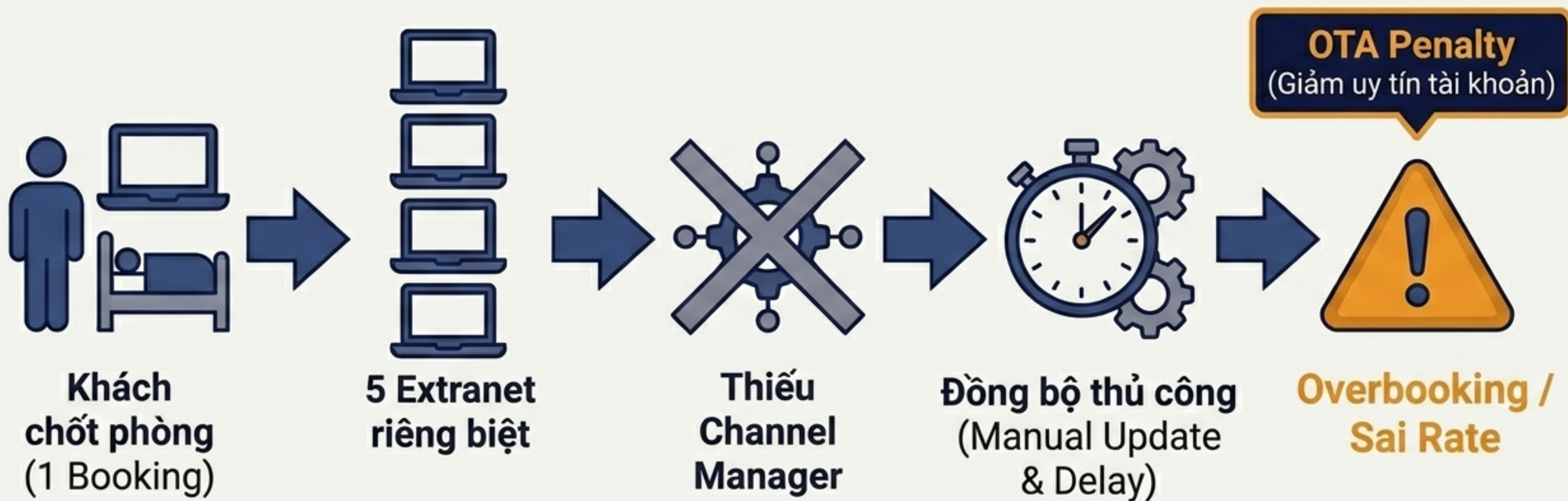
Dồn toàn bộ inventory vào 1-2 kênh lõi trong giai đoạn đầu. Lượng booking tập trung tạo **Strong Signal** → Tăng thứ hạng hiển thị → Mở khóa các chương trình ưu tiên (như Genius).



Tín Hiệu Mạnh

Bẫy Đồng Bộ Hóa: Rủi Ro Vận Hành Extranet

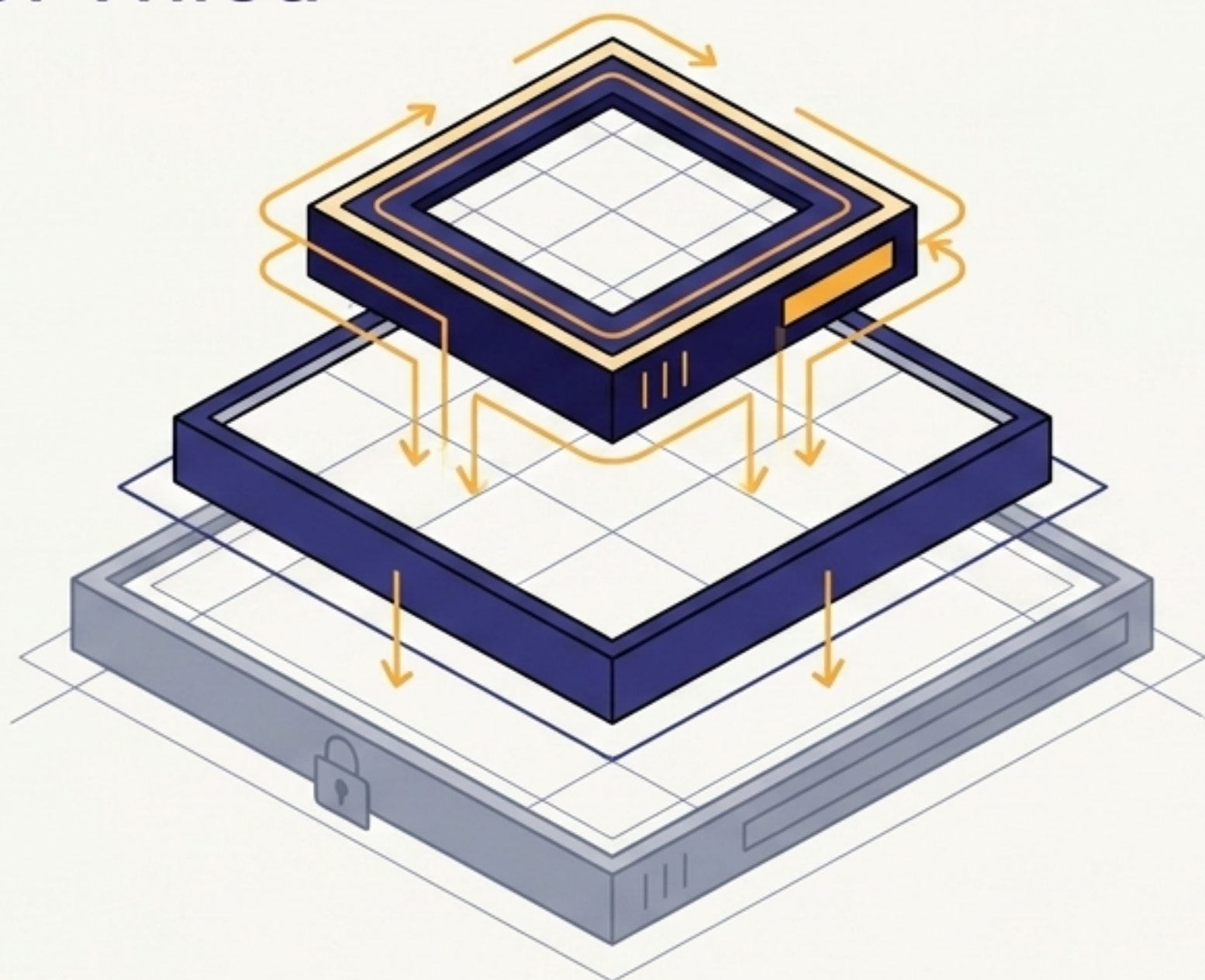
Mỗi OTA sở hữu một hệ thống Extranet độc lập. Nếu không có **Channel Manager** tự động, việc đồng bộ **Rate** và **Availability** phải làm hoàn toàn thủ công. Chỉ cần chậm trễ thao tác khi có khách đặt -> **Xảy ra Overbooking**.



Giải Phẫu The Big 5: Bản Đồ Mạng Lưới OTA Toàn Cầu

Kênh OTA	Thị Trường Trọng Điểm	Tập Khách Hàng	Commission	Đặc Điểm Cốt Lõi
Booking.com	Kênh Số 1 Toàn Cầu	Khách Tây, Business	15-25% (Median 18%)	Mở khóa Genius Program để tăng Visibility.
Agoda	Đông Nam Á	Thái, Hàn, Nhật	15-20%	Merchant model, công cụ YCS (Your Competitor Stats).
Traveloka	Indonesia & Việt Nam	Khách Nội Địa	10-18%	Lựa chọn mở rộng sau, không ưu tiên Day-1.
Trip.com	Trung Quốc & Đông Á	Trung, HK, Đài, Hàn, Nhật	[N/A]	Chuyên biệt thị trường nói tiếng Hoa và Bắc Á.
Expedia	Bắc Mỹ & Châu Âu	Khách chi tiêu cao	15-25%	Tập trung tập khách có ngân sách lớn.

Công Thức Channel Mix: Khởi Động Với Điểm Nghẽn Tối Thiểu



Primary Channel (Booking.com)

Phủ sóng toàn cầu, tạo nền tảng tín hiệu mạnh mẽ nhất cho khách sạn mới.

Secondary Channel (Agoda)

Bổ trợ sức mạnh khu vực Đông Nam Á, tận dụng công cụ phân tích đối thủ YCS.

The Waitlist (Traveloka / Trip / Expedia)

Không mở ngay lập tức. Giữ lại để mở rộng sau khi đã làm chủ vận hành.

“Quy Tắc Vàng: Chỉ khởi động với 2 kênh OTA lõi. Ship fast, tập trung tín hiệu, và kiểm soát rủi ro thủ công.”

Lộ Trình Triển Khai (Phased Rollout): Từ Tập Trung Đến Mở Rộng

Giai Đoạn 1: Ship Fast
(Tháng 1-2)

Giai Đoạn 2: Tối Ưu Data
(Tháng 3-4)

Giai Đoạn 3: Mở Rộng Kênh
(Tháng 5+)



Mở duy nhất Booking.com và Agoda. Mục tiêu: Bơm tín hiệu (booking velocity) vào 2 kênh này để đẩy Rank lên tối đa. Xử lý vận hành thủ công dễ dàng.

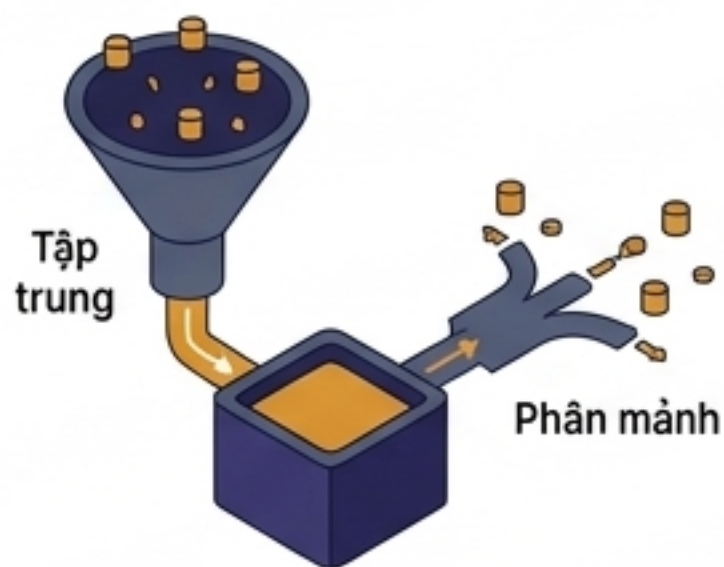
Theo dõi dữ liệu từ YCS (Agoda) và Extranet (Booking.com). Tinh chỉnh Rate và ổn định quy trình xử lý phòng.

Khi hệ thống đã ổn định (hoặc đã tích hợp Channel Manager), bắt đầu Add-on Traveloka (để gom khách nội địa) và Expedia (để vớt khách chi tiêu cao).

Kỷ Luật Phân Phối Phòng: Nguyên Tắc Bất Biến

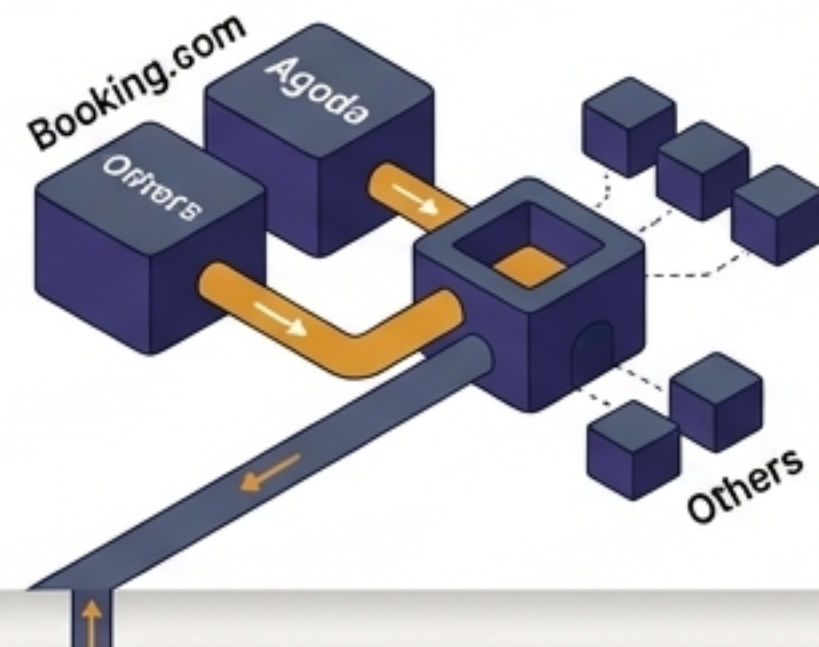
Nguyên Tắc 1

Tập trung Tín hiệu > Phân mảnh Kênh.
(Concentration beats dispersion).



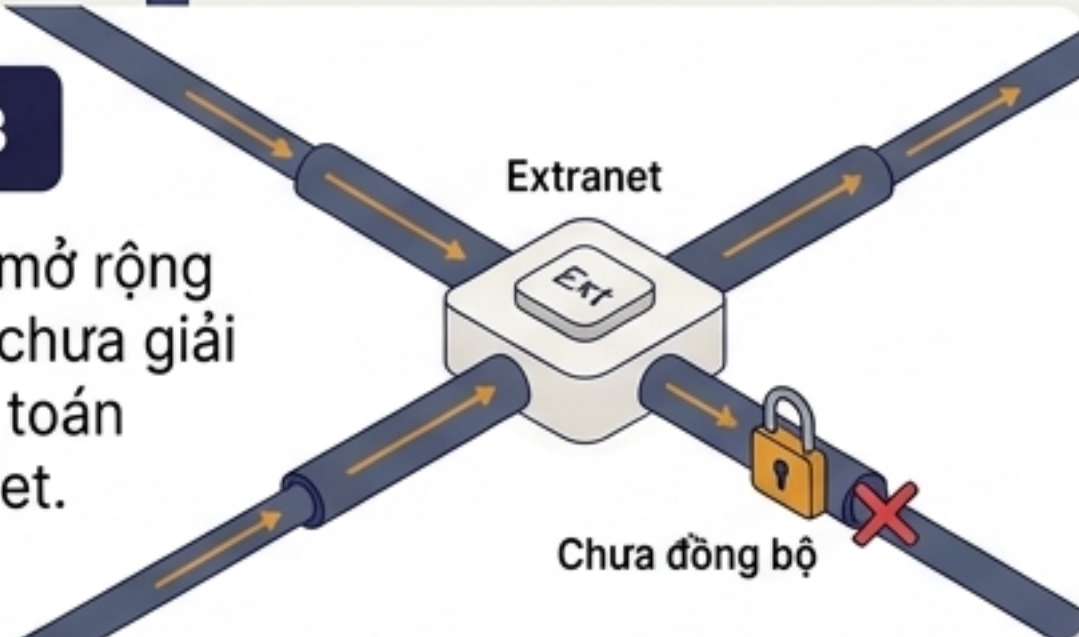
Nguyên Tắc 2

Bắt đầu bằng Công thức "1+1" (Booking.com + Agoda).



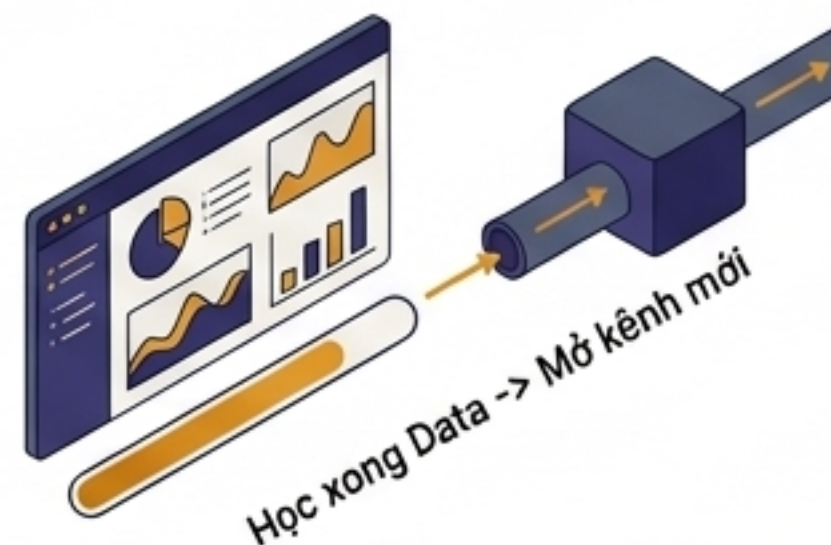
Nguyên Tắc 3

Không bao giờ mở rộng Kênh nếu chưa giải quyết được bài toán đồng bộ Extranet.



Nguyên Tắc 4

Dữ liệu quyết định tốc độ. Chỉ mở kênh mới khi đã học xong từ Data của kênh cũ.



Quản lý OTA không phải là cuộc đua về số lượng kênh, mà là nghệ thuật điều tiết luồng tín hiệu thuật toán.