

# மின்னியல்-விநியோகம் என்றால் என்ன?

மின்னியல்-விநியோகம் என்பது உங்கள் இலத்திரனியல்-சுற்றுலா செயல் திட்டத்தின் ஒரு முக்கிய பகுதியாகும்: டிஜிட்டல் யுகத்தில் சுற்றுலா முகாமைத்துவத்திற்கான மீண்டும் மீண்டும் சூழ்சியாக நடைபெறும் செயல்முறையாகும்.

இலத்திரனியல் -சுற்றுலாப் பாடத்திட்டத்தில் ஏற்கனவே விவாதிக்கப்பட்டபடி, விநியோக ஊடகம் என்பது உங்கள் சேவைகள் உங்கள் வாடிக்கையாளருக்குச் செல்லும் ஒரு வழியாகும், மேலும் அவர்கள் அதற்கு எவ்வாறு பணம் செலுத்துகின்றார்கள். இது ஒரு நேரடி பரிவர்த்தனையாக இருக்கலாம் (உதாரணமாக, உங்கள் வலைத்தளம் மூலம்) அல்லது மூன்றாம் தரப்பான மீள்விற்பனையாளர்களை உள்ளடக்கியது.

நீங்கள் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட மூலகங்களைப் பயன்படுத்தியவுடன் - உதாரணமாக, உங்கள் வலைத்தளம் மேலும் [Booking.com](https://www.booking.com) மற்றும் [AirBnB](https://www.airbnb.com) ஆகிய இரண்டு விடயங்களும் மிக விரைவாக சிக்கலாகலாம்.

இந்த விநியோக ஊடகங்கள் மற்றும் உங்கள் சரக்குகள் மற்றும் கட்டணங்களை நீங்கள் எவ்வாறு நிர்வகிக்கின்றீர்கள் என்பதைக் குறிக்க நாங்கள் பயன்படுத்தும் கேட்ச்-ஆல் தலைப்பு-இரண்டு வெவ்வேறு முன்பதிவு மூலகங்கள் மூலம் இரண்டு வெவ்வேறு வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஒரே அறையை நீங்கள் முன்பதிவு செய்யவில்லை என்பதை எவ்வாறு உறுதிப்படுத்துகின்றீர்கள்.

## **OTAs: ஒன்லைன் பயண முகவர்கள்**

OTA என்பது "ஒன்லைன் டிராவல் ஏஜென்சி" என்பதைக் குறிக்கின்றது மற்றும் இன்று போக்குவரத்துத்துறையில் குறிப்பிடத்தக்க பங்கைக் கொண்டுள்ளது.

அவை, இணையதளத்தில் வாடிக்கையாளர்களுக்கு தங்குமிடம் மற்றும் சுற்றுப்பயணம் போன்ற பல்வேறு பயணம் தொடர்பான சேவைகளை முன்பதிவு செய்ய அனுமதிக்கும் ஒன்லைன் நிறுவனங்கள் ஆகும்.

இணையத்தின் எழுச்சியுடன், பல இணையதளங்கள் மனித தொடர்பு இல்லாமல் அறைகள் மற்றும் சேவைகளை விற்கத் தொடங்கின. இந்த தளங்கள் மிக முக்கியமான சந்தைப் பங்கை மிக விரைவாகப் பெற்றன, இப்போது தங்குமிடம் அல்லது சுற்றுலா நிறுவனங்களை விட நேரடியாக இந்த இடங்கள் வழியாக அதிக இடவசதி மற்றும் பயண முன்பதிவுகள் செய்யப்படுகின்றன.

[Booking.com](https://www.booking.com), [Expedia](https://www.expedia.com), [Agoda](https://www.agoda.com) மற்றும் [Airbnb](https://www.airbnb.com) ஆகியவை சில பிரபலமான உதாரணங்கள் ஆகும்.

பயணிகள் ஏன் இந்த இணையதளங்களை மிகவும் பயனுள்ளதாக கருதுகின்றார்கள்?

- **எளிமையான ஒப்பீடு:** பயணிகள் ஒரே பார்வையில் விகிதங்கள், மதிப்புகைகள் மற்றும் பல்வேறு தங்குமிட விருப்பங்களை ஒப்பிடலாம்
- **வசதியான முன்பதிவு:** ஒன்லைன் முன்பதிவு முறையைப் பயன்படுத்தி அவற்றை விரைவாகவும் எளிதாகவும் பதிவு செய்யவும்.

உங்கள் விடுதி வணிகம் பொதுவாக உங்கள் புகைப்படங்கள், விளக்கங்கள், அறைகள், கட்டணங்கள் போன்றவற்றைச் சேர்ப்பதன் மூலம் இலவசமாக OTA வில் பட்டியலிடலாம். பிறகு நீங்கள் OTA மூலம் எத்தனை அறைகளை விற்க விரும்புகின்றீர்கள் என்பதைத் தெரிவு செய்யலாம். நீங்கள் விற்க விரும்பும் அறையின் விலை மற்றும் உங்கள் முடிவினை OTA இல் பதிவிடுவது இலவசம் என்றாலும், **ஒவ்வொரு முறையும் நீங்கள் முன்பதிவு செய்யும் போது சுமார் 3% முதல் 20% வரை தரகுப்பணம் செலுத்த வேண்டும்.**

OTA களைப் பயன்படுத்துவது **உங்கள் வணிகத்தை ஒன்லைனில் மேலும் பார்க்கும் விதமாக விஸ்தரிப்பது** மிகவும் பரிந்துரைக்கப்படுகின்றது, ஏனெனில் இது அதிக உலகளாவிய அளவில் சாத்தியமான விருந்தினர்களை அடைய அதிக வாய்ப்பை வழங்குகின்றது. OTA ஒன்லைன் சந்தைப்படுத்தலில் நிறைய முதலீடுகளை செய்கின்றது, அதாவது கூடுகள் போன்ற தேடற்பொறிகளில் பயணிகளால் செய்யப்படும் வேறு எந்த தேடல்களையும் அவர்கள் வழக்கமாக முறியடிப்பார்கள்.

அவர்களுடன் போட்டியிட முயற்சிப்பதற்கு பதிலாக, உங்கள் வியாபாரத்தை ஊக்குவிக்க மற்றொரு விற்பனை விநியோக ஊடகமாக பார்க்கவும்.

நிச்சயமாக, நீங்கள் ஒரே நேரத்தில் சில OTAகளைப் பயன்படுத்தினால், தினசரி கிடைக்கும் மற்றும் விகிதங்களைப் புதுப்பிக்க அவர்களின் ஒவ்வொரு வெளியக வலையமைப்பு அல்லது 'பின்தளத்தில்' நீங்கள் உள்நுழைய வேண்டுமானால் அதிக நேரத்தை எடுத்துக்கொள்ளும். நல்ல செய்தி என்னவென்றால், நீங்கள் ஒரு OTA ஐ ஒரு **ஊடக முகாமையாளருடன்** தானியக்கமாக இணைக்கலாம், அல்லது குறைந்தபட்சம் இந்த பணிகளை பெரிதும் எளிதாக்கலாம். (வரவிருக்கும் பாடத்தில் இதைப் பற்றி மேலும் கற்றுக்கொள்வோம்.)

எந்த OTA ஐ பயன்படுத்த வேண்டும்

**உங்கள் வணிகத்திற்கான சிறந்த OTA எது?** உங்களுக்கான சரியானது உண்மையிலேயே உங்கள் குறிக்கோள்களைப் பொறுத்தது. உதாரணமாக Airbnb விருந்தினர்கள், தேசாந்திரிகள் மிகவும் நேசமானவர்களாக இருப்பார்கள் என்று எதிர்பார்க்கின்றார்கள், அதே நேரத்தில் Booking.com மற்றும் எக்ஸ்பீடியா மூலம் வருபவர்கள் சில நேரங்களில் அதிக சேவைகளைக் கொண்ட ஹோட்டல்களை எதிர்பார்க்கின்றார்கள், இந்த தளங்கள் பெரும்பாலும் ஹோட்டல்களால் ஆனவை.

உங்கள் சொத்திலிருந்து அதிக பணம் சம்பாதிக்க விரும்பினால், முடிந்தவரை பல OTA களில் பட்டியலிடுவது நல்லது. சந்தையில் உங்கள் சொத்துக்கு எது சிறந்தது என்று நீங்கள் பார்க்கும் வரை ஒன்றைத் தொடங்கி, அதைச் பரிசோதித்து, பின்னர் ஒவ்வொன்றாக விரிவாக்குங்கள்.

மறுபுறம், நீங்கள் ஆபத்தை விரும்பவில்லை என்றால், Airbnb போன்ற நல்ல விருந்தினர்-பார்க்கும் அம்சங்களைக் கொண்ட OTA களில் மட்டும் பட்டியலிடுங்கள்.

நீங்கள் பயன்படுத்தும் OTA உங்கள் வணிக வகையைப் பொறுத்தது. ஹோட்டல்கள், விருந்தினர் விடுதிகள் மற்றும் வீட்டு தங்குமிடங்களை பின்வரும் பாடங்களில் விபரிக்கப்பட்டுள்ள அனைத்து OTA களிலும் பட்டியலிடுவதற்கு ஏற்றதாகக் காணலாம், ஆனால் உங்கள் வணிகம் ஒரு சுற்றுலா வழிகாட்டியாகும், சுற்றுலா ஏற்பாட்டாளர்கள் அல்லது பிற சேவையாக இருந்தால், TripAdvisor மற்றும் Airbnb ஆகியவை பொருத்தமானதாக இருக்கும்.

எங்கள் அடுத்த பாடங்களானது உங்கள் வணிகத்திற்காக கருத்தில் கொள்ள மிகவும் பிரபலமான OTA களின் கண்ணோட்டத்தை வழங்கும்.

கலைச்சொல்

ஒவ்வொரு OTAயும் தங்கள் சலுகைகளின் வரம்பிற்கு சற்று வித்தியாசமான சொற்களைப் பயன்படுத்தும் என்றாலும், அவை வழக்கமாக பரிவர்த்தனைகளில் ஈடுபடும் நபர்களுக்கான பாரம்பரிய விருந்தோம்பல் விதிமுறைகளுடன் மிகவும் ஒத்துப்போகின்றன:

**உபசரிப்பாளர்:** நீங்களும் உங்கள் ஊழியர்களும் - விருந்தினரை வரவேற்கும் பொறுப்பு மற்றும் விருந்தோம்பல் மற்றும் பயணச் சேவைகளுக்குப் பொறுப்பேற்க வேண்டியவர்களைக் குறிப்பிடுகின்றது.

**விருந்தினர்:** இது வாடிக்கையாளர்/பயணி/பார்வையாளர்/சுற்றுலா மற்றும் சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் சேவைக்கு பணம் செலுத்துபவர்களைக் குறிப்பிடுகின்றது.

## சாராம்சம்

- OTA கள் **ஒன்லைன் பயண முகவர்கள்:** ஒன்லைன் நிறுவனங்கள், இணையதளத்தின் மூலம் வாடிக்கையாளர்கள் தங்குமிடம் மற்றும் சுற்றுப்பயணம் போன்ற பல்வேறு பயணம் தொடர்பான சேவைகளை முன்பதிவு செய்ய அனுமதிக்கின்றன.
- சுற்றுலாப் பயணிகள் இந்த இணையதளங்கள் பயனுள்ளதாக இருப்பதைக் காண்கின்றார்கள், ஏனெனில் அவர்கள் ஒரே பார்வையில் பல தங்குமிட விருப்பங்களை **ஒப்பிட்டு**, ஒன்லைன் முன்பதிவு முறையைப் பயன்படுத்தி அவற்றை விரைவாகவும் எளிதாகவும் **பதிவு** செய்யலாம்.
- உங்கள் வணிகத்தை பொதுவாக இந்த தளங்களில் இலவசமாகப் பட்டியலிடலாம், மேலும் நீங்கள் ஒரு முன்பதிவுக்கு தரகுப்பணம் செலுத்த வேண்டும்.

## Agoda (அகோடா)

**Agoda** (அகோடா) ஆசியாவில் மிகவும் பிரபலமான OTA களில் அல்லது ஒன்லைன் தங்குமிட முன்பதிவு தளங்களில் ஒன்றாகும். இது அனைத்து வரவுசெலவு திட்டங்களுக்கும் பயண சந்தர்ப்பங்களுக்கும் ஏற்றவாறு ஆடம்பர மற்றும் பட்ஜெட் ஹோட்டல்கள், அடுக்குமாடி குடியிருப்புகள், வீடுகள் மற்றும் வில்லாக்களின் பரந்த தெரிவுக்கு பயணிகளுக்கு எளிதாக அணுகலை வழங்குகின்றது.

உபசரிப்பாளர்களிடம் எந்த **தரகுப்பணமும் வசூலிக்கப்படுவதில்லை**. ஒரு உபசரிப்பாளராக, முன்பதிவுக்காக நீங்கள் பெற விரும்பும் விலையை நீங்கள் நிர்ணயிக்கின்றீர்கள் மற்றும் அகோடா விற்பனை விலையை வெளிப்படுத்தும், பொதுவாக 6-12%, விருந்தினரால் செலுத்தப்படும்.

அகோடாவின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்

நன்மை

- **ஆசியாவில்** நன்கு மதிக்கப்படுகின்றது மற்றும் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றது.
- பல **தள்ளுபடிகள் மற்றும் விளம்பரங்களை** வழங்குவதால் இது பிரபலமானது.
- பயனர்களின் துல்லியமான மற்றும் நேர்மையான விமர்சனங்களை வழங்குகின்றது

## தீமை

- தங்குமிடம் மற்றும் விமானங்களுக்கு மட்டுமே; மற்ற சுற்றுலா சேவைகளுக்கு அல்ல.

நீங்கள் தங்குமிடம் வழங்கினால், இது ஒரு சிறந்த மதிப்பிடப்பட்ட OTA களில் ஒன்றாகும்.

அகோடாவில் எப்படி பட்டியலிடுவது

பதிவுசெய்து, உங்கள் தங்குமிடம் அல்லது சேவையை பட்டியலிட, <https://agoda.com> க்குச் சென்று "உங்கள் இடத்தை பட்டியலிடுக" என்பதைக் கிளிக் செய்யவும்

அங்கிருந்து தொழில்நுட்பமானது, உங்களை செயல்முறை மூலம் முன்னோக்கி அழைத்துச் செல்லும்.

இலத்திரனியல்-உள்ளடக்கம் பாடத்திட்டத்தில் நீங்கள் தயாரித்த அனைத்து பொருட்களும் தயாராக இருக்க வேண்டும் என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள். (இந்த பாடத்திட்டத்தில் இலத்திரனியல்-உள்ளடக்கம் பாடத்திட்டத்தை நீங்கள் இன்னும் மீட்டல் செய்யவில்லை என்றால், நீங்கள் முதலில் விளக்கங்கள் மற்றும் புகைப்படம் எடுத்தல் பாடங்களைப் பார்க்க பரிந்துரைக்கப்படுகின்றது. பதிவேற்ற வேண்டிய சிறந்த பொருள் மற்றும் செய்ய வேண்டிய வரிசை இவை உங்களுக்கு வழிகாட்டும்.)

## சாராம்சம்

- [Agoda](#) அகோடா ஆசியாவில் மிகவும் பிரபலமான ஒன்லைன் விடுதி முன்பதிவு தளங்களில் ஒன்றாகும்.
- உபசரிப்பாளர்களிடம் எந்த தரகுப்பணமும் வசூலிக்கப்படுவதில்லை.
- **தங்குமிடம்** மற்றும் **விமானங்களுக்கு** மட்டுமே; மற்ற சுற்றுலா சேவைகளுக்கு அல்ல.

## Airbnb

[Airbnb](#) என்பது விருந்தினர்களுக்கு **பகுதி அறைகள் மற்றும் சொத்துக்களை வாடகைக்கு** எடுப்பதற்கான ஒரு ஒன்லைன் சந்தையாகும்.

Airbnb விருந்தினர்கள், உபசரிப்பாளர்கள் மிகவும் நேசமானவர்களாக இருப்பார்கள் என்று எதிர்பார்க்கின்றார்கள் மற்றும் வழக்கமான ஹோட்டல்களை விட தனிப்பட்ட தொடர்புகளைப் பாராட்டுகின்றார்கள்.

உபசரிப்பாளர்களிடம் மிகக் குறைந்த முன்பதிவு கட்டணம் 3%வசூலிக்கப்படுகின்றது.

Airbnb இன் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்

### நன்மைகள்

- இந்த தளம் வீடுகளில் தங்கும் அனுபவம் மற்றும் பகுதி அறைகளின் வாடகையை ஆதரிக்கின்றது.
- நெறிப்படுத்தப்பட்ட கட்டண செயல்முறை: விருந்தினர்களுக்கு முன்பதிவில் உடனடியாக கட்டணம் வசூலிக்கப்படும். பணம் Airbnb மூலம் பெறப்பட்டு மற்றும் விருந்தினர் செக்-இன் செய்த 24 மணி நேரத்திற்குப் பிறகு பணம் வணிக உபசரிப்பாளரான உங்களுக்கு வழங்கப்படும்.
- அவர்கள் பயனர்களுக்கு 24/7 ஆதரவு மற்றும் உதவிக்கு உத்தரவாதம் அளிக்கின்றார்கள் மற்றும் கேள்விகளுக்கு உதவ அனுபவமிக்க உபசரிப்பாளர்களின் ஒன்லைன் சமூகத்தை வழங்குகின்றார்கள்.
- உபசரிப்பாளர்களுக்கான **மிக குறைந்த முன்பதிவு கட்டணம்: 3%**
- **திரையிடல்** மற்றும் விருந்தினர்களை ஏற்றுக்கொள்வது ஆதரிக்கப்படுகின்றது: அவர்களின் சுயவிபரம் மற்றும் மதிப்புகளின் அடிப்படையில், வருங்கால விருந்தினர்கள் நிராகரிக்கப்படலாம். ஒவ்வொரு விருந்தினரும் ஒவ்வொரு உபசரிப்பாளரும் ஒவ்வொரு முறையும் ஒருவரை ஒருவர் மதிப்பாய்வு செய்ய வேண்டும். இது ஒரு வீடுகளில் தங்கியிருக்கும் வணிகத்திற்கு Airbnbயை ஒரு சிறந்த தெரிவாக ஆக்குகின்றது: வாடிக்கையாளர் யார், அவர்களை நீங்கள் உங்கள் வீட்டில் தங்கவைப்பதால், நீங்கள் வசதியாக இருக்க முடியுமா என்பதை முன்கூட்டியே தெரிந்து கொள்ளலாம்.

### தீமைகள்

- Airbnb பழைய தலைமுறையினரால் பரவலாக அறியப்பட்டவில்லை அல்லது நம்பகமானதாக இல்லை.
- முன்பதிவு செய்யும் போது விருந்தினர்கள் பணம் செலுத்த வேண்டியிருப்பதால், அவர்கள் தாமதமாக இரத்துசெய்தல் மற்றும் புறப்படும் போது பணம் செலுத்துதல் போன்ற OTA களைப் பயன்படுத்த விரும்புகின்றார்கள்.

உங்கள் பட்டியல் ஆயிரங்கணக்கான இளைய பயணிகளை மட்டுமே நோக்கியதாக இருந்தால், Airbnb ஒரு சிறந்த தளமாகும். Airbnb அனுபவத்தை முயற்சிக்க அதிக விருப்பமுள்ள இளைய தலைமுறையினரை அதன் பெரும்பாலான பயனர்கள் கொண்டிருக்கிறார்கள்.

AirBnB இல் பட்டியலிடுவது எப்படி

உங்கள் தங்குமிடம் அல்லது சேவையைப் பட்டியலிட, [airbnb.com](https://airbnb.com) க்குச் சென்று, 'Host a home' அல்லது 'Host an experience' என்பதைத் தெரிவுசெய்யவும்.

படிப்படியான வழிமுறைகளை பார்க்கவும்: [Airbnb](https://airbnb.com) இல் [ஒரு பட்டியலை உருவாக்குவது எப்படி](https://airbnb.com).

## சாராம்சம்

- Airbnb விருந்தினர்களுக்கு **பகுதி அறைகள் மற்றும் சொத்துக்களை வாடகைக்கு எடுப்பதற்கான** ஒரு ஒன்லைன் சந்தையாகும்.
- உபசரிப்பாளர்களுக்கான **மிக குறைந்த முன்பதிவு கட்டணம்: 3%**
- அதன் பெரும்பாலான பயனர்கள் இளைய தலைமுறையினரைக் கொண்டிருக்கின்றார்கள், அவர்கள் Airbnb அனுபவத்தை முயற்சிக்க விரும்புகின்றார்கள்.
- விருந்தினர் மற்றும் உபசரிப்பாளர் இருவரும் **ஒருவருக்கொருவர் மதிப்பாய்வு** செய்கின்றார்கள். இதன் பொருள், நீங்கள் ஒரு சுற்றுலா வணிகமாக, சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களை முன்கூட்டியே திரையிடலாம் மற்றும் உங்களுக்கு ஏதேனும் சந்தேகங்கள் இருந்தால் அவர்களின் முன்பதிவை நிராகரிக்கலாம்.

## Booking.com

முதலில் ஹோட்டல் அறைகளுக்கான பட்டியலிடும் இடமாக இருந்த, [Booking.com](https://www.booking.com) இப்போது ஹோட்டல்கள், படுக்கை மற்றும் காலையுணவு, ஆடம்பர விடுதி இல்லங்கள், வீட்டு தங்குமிடங்கள், மர இல்லங்கள் மற்றும் பனிக்குடிகள் வரை **பரந்த அளவிலான தங்குமிடங்களைக்** கொண்டுள்ளது!

அவர்கள் தங்குமிடம், விமானங்கள் மற்றும் கார் வாடகை ஆகியவற்றை வழங்குகின்றார்கள், ஆனால் மற்ற சுற்றுலா சேவைகளுக்கு இல்லை.

Booking.com உபசரிப்பாளர்களிடம் கட்டணமாக 15% முன்பதிவு கட்டணம் + 3% கடன் அட்டை கட்டணம் அறவிடப்படும். விருந்தினர்கள் எந்த கட்டணமும் வசூலிக்கப்படுவதில்லை.

Booking.com இன் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்

### நன்மைகள்

- அவர்கள் குறைந்த உத்தரவாதத்துடன் **அதிக பார்வையாளர்களை** ஈர்க்கின்றார்கள்.
- விருந்தினர்கள் பெரும்பாலும் முன்கூட்டியே பணம் செலுத்தத் தேவையில்லை அல்லது இலவசமாக இரத்து செய்யலாம், இது சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களுக்கு மிகவும் கவர்ச்சிகரமானதாகும்.
- முன்கூட்டியே முன்பதிவு செய்யும் விருந்தினர்களுக்கு பெருமளவிலான **சலுகைகள்** வழங்கப்படுகின்றன.
- வாடிக்கையாளர்களுக்கு முன்பதிவு கட்டணம் இல்லை.
- சிறந்த **உதவிச்சேவை** - விருந்தினர்கள் மற்றும் உபசரிப்பாளர்கள் இருவருக்குமானது.

### தீமைகள்

- உங்கள் சொத்தில் யார் தங்கியிருக்கின்றார்கள் என்பதில் உங்களுக்கு **எந்த கட்டுப்பாடும்** இல்லை. ஒருமுறை விருந்தினர் பதிவுசெய்தவுடன், முன்பதிவு தானாகவே ஏற்றுக்கொள்ளப்படும்.

- மற்ற முன்பதிவு ஊடகங்களுடன் ஒப்பிடும்போது மிக **அதிக தரகுப்பணத்தை** செலுத்த வேண்டும்.
- முன்பதிவு செய்வதற்கு பதிலாக மாதந்தோறும் பணம் செலுத்தப்படுகின்றது, அனைத்து உபசரிப்பாளர்களுக்கும் இது பொருந்தாது.
- விருந்தினர்களுக்கான மறுஆய்வு அமைப்பு அல்லது சுயவிபரம் இல்லை, எனவே சொத்து தவறாக நடத்தப்படுவதற்கான அதிக ஆபத்து உள்ளது.

[Booking.com](#) இல் பட்டியலிடுவது எப்படி

உங்கள் தங்குமிடத்தை பட்டியலிட, [Booking.com](#) இல் "List your property" என்பதைக் கிளிக் செய்யவும் அல்லது <https://join.booking.com/> க்குச் செல்லவும்.

படிப்படியான வழிமுறைகளை பார்க்கவும்: [Booking.com இல் ஒரு பட்டியலை உருவாக்குவது எப்படி.](#)

## சாராம்சம்

- Booking.com **பரந்த அளவிலான** தங்குமிட வசதிகளை வழங்குகின்றது.
- மற்ற ஊடகங்களுடன் ஒப்பிடும்போது அவர்கள் மிக **அதிக தரகுப்பணத்தை** வசூலிக்கின்றார்கள்.
- அவர்கள் குறைந்த விலையில் **பெரும் பார்வையாளர்களை** ஈர்க்கின்றார்கள்.

## எக்ஸ்பீடியா

எக்ஸ்பீடியா குழு (டிராவலோசிட்டி உட்பட) ஹோட்டல்கள், விடுமுறைக்கான வாடகைகள், விமானங்கள், வாடகை கார்கள், பயணங்கள், ஈர்ப்புகள் மற்றும் செய்ய வேண்டிய விடயங்களுக்கான முன்பதிவை வழங்குகின்றது.

விருந்தினர்களுக்கான ஒரு நன்மை என்னவென்றால், அவர்கள் தனித்தனியாகப் பார்க்கும் மற்றும் அனைத்து ஒப்பந்தங்களையும் ஒருங்கிணைக்க முயற்சிக்கும் பிரச்சினையைத் தவிர்ப்பதற்காக விமானம், ஹோட்டல் மற்றும் கார் ஒப்பந்தங்களைத் தொகுக்க முடியும்.

எக்ஸ்பீடியா முழு அளவிலான சேவைகளை வழங்கினாலும், அவை **நிறுவன மற்றும் ஆடம்பர சந்தையை இலக்காகக்** கொண்டுள்ளன.

அவர்கள் உபசரிப்பாளர்களுக்கு 3.5 (அடிப்படை விடுதி வணிகங்கள்) முதல் 11% (பிரீமியம் மற்றும் ஹோட்டல்கள்) மற்றும் ஈர்ப்புகளுக்கு 10% தரகுப்பணத்தை வசூலிக்கின்றார்கள்.

எக்ஸ்பீடியாவின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்

## நன்மைகள்

- தங்குமிடம் முதல் 'செய்ய வேண்டியவை' வரை முழு அளவிலான சேவைகளை வழங்குகின்றது.
- அடிப்படை ஹோட்டல்கள் மற்றும் தங்குமிடங்களுக்கு குறைந்தளவிலான தரகுப்பணம்.

## தீமைகள்

- வீட்டு தங்குமிட சந்தை அல்லது பகுதி அறைகளை வாடகைக்கு எடுப்பது குறிவைக்கப்படவில்லை.

உங்கள் வணிகம் உயர்தர விடுதி அல்லது செயல்பாடுகளை வழங்குகின்றது என்றால், எக்ஸ்பீடியா என்பது OTA வின் நன்கு அங்கீகரிக்கப்பட்ட மற்றும் நம்பகமான தெரிவாகும்.

எக்ஸ்பீடியாவுடன் பட்டியலிடுவது எப்படி

உங்கள் தங்குமிடம் அல்லது சேவையைப் பட்டியலிட, மேல் வரிசையிலுள்ள "Add your property" என்பதைக் கிளிக் செய்யவும் அல்லது <https://join.expediapartnercentral.com> க்குச் செல்லவும்.

படிப்படியான வழிமுறைகளுக்கு பார்க்கவும்: [எக்ஸ்பீடியாவில் ஒரு பட்டியலை உருவாக்குவது எப்படி.](#)

## சாராம்சம்

- அவர்கள் தங்குமிடம் முதல் 'செய்ய வேண்டியவை' வரை முழு அளவிலான சேவைகளை வழங்குகின்றார்கள்.
- அவை பெரும்பாலும் நிறுவன மற்றும் ஆடம்பர சந்தையை இலக்காகக் கொண்டவை.
- அவர்கள் அடிப்படை ஹோட்டல்கள் மற்றும் தங்குமிடங்களுக்கு குறைந்த தரகுப்பணத்தை வசூலிக்கின்றார்கள்.

## TripAdvisor (டிரிப் அட்வைசர்)

[TripAdvisor](#) (Tripconnect, FlipKey, Viatoro உட்பட) விமானங்கள், ஹோட்டல்கள், விடுமுறைக்கான வாடகைகள், உணவகங்கள் மற்றும் செய்ய வேண்டிய விடயங்களுக்கான முன்பதிவை வழங்குகின்றது. இது மிகவும் அனுபவம் வாய்ந்த பயண தளமாகும்; விருந்தினர்கள் அர்த்தமில்லாமல் எங்காவது தங்குவதற்கு முன்பதிவு செய்யவில்லை - அவர்கள் அனுபவத்தைப் பெறவும் ஒரு இலக்கை ஆராயவும் பதிவு செய்கின்றார்கள்.

இந்த தளமானது அதன் பயனர் உருவாக்கிய விமர்சனங்களுக்கானது, மேலும் பல பயனர்கள் கிடைக்கக்கூடிய விரிவான விமர்சனங்களுக்காக தளத்தில் ஈர்க்கப்படுகின்றார்கள்-தங்குமிடம் முதல் உணவகங்கள் மற்றும் ஈர்ப்புகள் வரை, ஒரே இடத்தில் பெற்றுக்கொள்ள முடியும். டிரிப் அட்வைசர் தளங்களின் பயனர்களின் எண்ணிக்கை மிகப்பெரியது, வேறு எந்த OTA இலும் இந்தளவு இல்லை மற்றும் குறைவானது.

மற்ற பெரும்பாலான OTA களைப் போலல்லாமல், TripAdvisor இல் உள்ள விமர்சகர்கள் அதை மறுபரிசீலனை செய்ய ஒரு இடத்தில் தங்கியிருக்க வேண்டியதில்லை.

டிரிப் அட்வைசர் உடனடி புத்தகத்தைப் போன்றது மற்றும் முன்பதிவு கோரிக்கைகள் இரண்டையும் ஆதரிக்கின்றது, இது உபசரிப்பாளர்களுக்கு அவர்கள் யாரை ஏற்றுக்கொள்வது என்பதில் சில கட்டுப்பாட்டை அளிக்கின்றது. மேலும், சேதம் ஏற்பட்டால், உரிமையாளர்கள் மற்றும் விருந்தினர்கள் ஒரு தீர்வை அடைய முயற்சி செய்யலாம். இல்லையென்றால், டிரிப்



அட்வைசர் தலையிட்டு ஆதாரங்களை மதிப்பாய்வு செய்யும். அவர்கள் உபசரிப்பாளருடன் பக்கபலமாக இருந்தால், அவர்கள் ஒரு கட்டணத்தைச் செயல்படுத்தலாம்.

குறைந்த உபசரிப்பாளர் கட்டணத்தின் 3% தரகுப்பணமானது Airbnb க்கு இணையானது.

டிரிப் அட்வைசரின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்

நன்மைகள்

- முழு அளவிலான தங்குமிடங்கள், ஈர்ப்புகள் மற்றும் செயல்பாடுகள்
- குறைந்த உபசரிப்பாளர் தரகுப்பணம் 3%.
- உடனடி புத்தகம் மற்றும் முன்பதிவு கோரிக்கைகள் இரண்டையும் ஆதரிக்கின்றது, இது [Booking.com](https://www.booking.com) ஐ விட சற்று அதிக கட்டுப்பாட்டை அளிக்கின்றது.
- விருந்தினர்கள் செக் இன் செய்த 24 மணிநேரத்திற்குப் பிறகு பணம் செலுத்துதல்.
- நேர்மறையான விருந்தினர் அனுபவங்கள் பெரும் பார்வையாளர்களுக்கு நேர்மறையான விமர்சனங்களையும் மதிப்பீடுகளையும் உருவாக்குகின்றன.

தீமைகள்

- அதிக விருந்தினர் முன்பதிவு கட்டணம் 8-16% குறைவான முன்பதிவுகளாக மாறலாம்.
- எதிர்மறையான விருந்தினர் அனுபவங்கள் - பெரும்பாலும் அங்கு தங்கியிருக்காத அல்லது தற்செயலாக தவறான இடத்தை மதிப்பாய்வு செய்யும் நபர்களால் - எதிர்மறை விமர்சனங்கள் மற்றும் மதிப்பீடுகள் மூலம் மோசமான விளம்பரத்தை ஏற்படுத்தலாம்.

சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்ப்பதை நோக்கமாகக் கொண்ட எந்தவொரு வணிகமும், தங்குமிடம் முதல் செயல்பாடுகள் வரை, [TripAdvisor](https://www.tripadvisor.com) இல் பட்டியலிடுவதன் மூலம் பயனடையலாம்.

டிரிப் அட்வைசரில் பட்டியலிடுவது எப்படி

உங்கள் தங்குமிடம் அல்லது சேவையைப் பட்டியலிட, <https://rentals.tripadvisor.com/register> க்குச் செல்லவும்.

படிப்படியான வழிமுறைகளுக்கு பார்க்கவும்: [TripAdvisor](https://www.tripadvisor.com) இல் ஒரு பட்டியலை உருவாக்குவது எப்படி

சாராம்சம்

- டிரிப்டிபு அட்வைசர் விமானங்கள், ஹோட்டல்கள், விடுமுறை வாடகை, உணவகங்கள் மற்றும் செய்ய வேண்டிய விடயங்களுக்கான முன்பதிவை வழங்குகின்றது.
- தளம் அதன் பயனர் உருவாக்கிய விமர்சனங்களுக்கு நன்கு அறியப்பட்டதாகும்.
- சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்ப்பதை இலக்காகக் கொண்ட எந்தவொரு வணிகமும், தங்குமிடம் முதல் செயல்பாடுகள் வரை, [TripAdvisor](https://www.tripadvisor.com) இல் பட்டியலிடுவதன் மூலம் பயனடையலாம்.

## சொந்த இணையதள முன்பதிவு அமைப்பு

சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்கள் பெரிய OTA களில் ஒன்றின் மூலம் உங்கள் சேவைகள் அல்லது தங்குமிடங்களைக் கண்டுபிடித்து முன்பதிவு செய்யலாம், ஆனால் அவர்கள் நேரடியாக உங்கள் வலைத்தளத்திற்கு வந்தால் என்ன செய்வது?

மிக அடிப்படையான முறை என்னவென்றால், அவர்கள் உங்கள் இணையதளத்தில் உங்கள் தொடர்புத் தகவலைக் கண்டுபிடித்து, பிறகு உங்களை அழைக்கவும் அல்லது மின்னஞ்சல் செய்யவும். நீங்கள் தொலைபேசி அல்லது மின்னஞ்சல் மூலம் கைமுறையாக முன்பதிவு செய்யலாம். இருப்பினும், இது உகந்ததல்ல, ஏனெனில் இது சாத்தியமான வாடிக்கையாளருடன் தொடர்பு கொள்ள நீங்கள் இருப்பதை நம்பியுள்ளது.

இந்த நாட்களில் **விருந்தினர்கள் உடனடி கிடைக்கும் செக்-இன் மற்றும் முன்பதிவை விரும்புகின்றனர்**. அவர்கள் உங்கள் வலைத்தளத்திற்கு வரும்போது, அவர்கள் கிடைக்கும் திகதிகளை சரிபார்த்து, உடனே முன்பதிவு செய்வதற்கான வாய்ப்பு வழங்கப்பட வேண்டும்.

இதைச் செய்ய, உங்கள் இணையதளத்தில் ஒன்லைன் முன்பதிவு/முன்பதிவு அமைப்பு இருக்க வேண்டும்.

ஹோட்டல் முன்பதிவு அமைப்பு என்றால் என்ன?

ஹோட்டல் பதிவு அமைப்பு மூலம் விருந்தினர்கள் உடனடியாக ஒன்லைனில் முன்பதிவு செய்ய முடியும். இது உங்கள் சொந்த வலைத்தளம் மற்றும் உங்கள் ஹோட்டலில் பட்டியலிடப்பட்டுள்ள மூன்றாம் தரப்பு தளங்கள் (உ. ம. பேஸ்புக்) மூலம் உங்கள் அறைகள் அல்லது சேவைகளை விற்க அனுமதிக்கும் ஒரு மென்பொருள் பயன்பாடு ஆகும்.

பரந்த அளவிலான அமைப்புகள் உள்ளன: சில மிகவும் எளிமையானவை - கிடைக்கின்றதா இல்லையா என்பதைக் காட்டுகின்றன, மற்றவை மிகவும் சிக்கலானவை மற்றும் சக்திவாய்ந்தவை, **முன்பதிவு முறையை ஊடக முகாமையாளர் மற்றும் சொத்து முகாமைத்துவம்** அமைப்புடன் இணைக்கின்றது. (எதிர்கால பாடங்களில் இவை பற்றி மேலும் விரிவாக ஆராயலாம்).

இன்றைய ஹோட்டல்கள், விருந்தினர் இல்லங்கள் மற்றும் வீட்டு தங்குமிடங்கள் முன்பதிவு அமைப்புகளைக் கொண்டிருக்கும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகின்றது, ஏனெனில் இது விருந்தினர்களுக்கும் ஊழியர்களுக்கும் மிகவும் வசதியானது. நீங்கள் உங்கள் மேசையில் இருக்கும் வரை காத்திருப்பதற்குப் பதிலாக, விருந்தினர்கள் உங்கள் இருப்பை விரைவாகச் சரிபார்க்கலாம், உங்களிடம் பேசாமல் முன்பதிவு செய்து தங்கியிருப்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளலாம்.

இந்த பாடத்தில் நாம் இரண்டு விருப்பங்களைப் பார்ப்போம்: வேர்ட்பிரஸ்(WordPress) மற்றும் விக்ஸ்(Wix) வலைத்தளங்களுடன் ஒருங்கிணைத்தல், இன்னும் பல விருப்பங்கள் உள்ளன.

## WordPress

செருகுநிரல் (Plugin) வழியாக ஒன்லைன் முன்பதிவு அமைப்பைச் சேர்ப்பது உங்கள் கணினியை நேரடியாக உங்கள் வேர்ட்பிரஸ் இணையதளத்தில் ஒருங்கிணைக்க ஒரு எளிய மற்றும் மிகவும் பயனுள்ள வழியாகும். [அத்தகைய செருகுநிரல்களின் பரவலான வரம்பு](#) உள்ளது; சில இலவசம் மற்றும் மற்றவை தவணை முறை அம்சங்களுக்கான விலையில் காணப்படும்.

உதாரணமாக, ஹோட்டல்கள், விடுமுறைக்கான வாடகைகள் மற்றும் படுக்கை, காலையுணவுக்களுக்கான [5 சிறந்த இலவச வேர்ட்பிரஸ் முன்பதிவு செருகுநிரல்களைப் பார்க்கவும்](#).

இவற்றில் ஒரு உதாரணத்தை நாம் பார்க்கப் போகின்றோம்: [மோட்டோபிரஸ் ஹோட்டல் முன்பதிவு](#) - இது இலவச (lite) பதிப்பு மற்றும் தவணை (pro) பதிப்பில் வருகின்றது. Lite பதிப்பில் பல பயனுள்ள அம்சங்கள் உள்ளன. (குறிப்பு: இது உங்கள் தளத்திற்கான சிறந்த செருகுநிரல் அல்ல, ஆனால் எது சாத்தியம் என்பதற்கான உதாரணத்தை எங்களுக்கு வழங்குகின்றது.)

இந்த செருகுநிரலில் [WordPress.org](#) இனை பதிவிறக்கம் செய்யவும்

நீங்கள் செருகுநிரலை நிறுவியதும், வேர்ட்பிரஸ் நிர்வாகி இடைநடுவராக செயற்பட்டு முன்பதிவு அமைப்பை எளிதாகத் தனிப்பயனாக்கல் செய்வார்:

## Wix

[விக்ஸ் ஹோட்டல்](#) என்பது உங்கள் விக்ஸ் தளத்தில் சேர்க்கக்கூடிய ஒரு பயன்பாடாக கிடைக்கக்கூடிய [எல்லா சலுகைகளுடனான ஒன்லைன் பதிவு அமைப்பு](#) (அல்லது, நீங்கள் விக்ஸின் விடுதி-குறிப்பிட்ட மாதிரிகளில் ஒன்றை தெரிவு செய்திருந்தால், அது ஏற்கனவே சேர்க்கப்படலாம்). இது அறைகள் மற்றும் கட்டணங்களைச் சேர்க்க உங்களை அனுமதிக்கின்றது, மேலும் விருந்தினர்கள் உள்ளக நாட்காட்டி மூலம் தங்குமிடத்தை பதிவு செய்ய அனுமதிக்கின்றது.

உங்களிடம் ஒரு வீட்டு தங்குமிடம், குடியிருப்பு, பூட்டிக் ஹோட்டல் அல்லது பங்களா இருந்தாலும், உங்கள் வியாபாரத்தின் அனைத்து அம்சங்களையும் விக்ஸ் ஹோட்டல் மூலம் நிர்வகிக்கலாம், மேலும் [உங்கள் விருந்தினர்களை நேரடியாக உங்கள் தளத்தில் முன்பதிவு செய்ய அனுமதிக்கலாம்](#).

எச்சரிக்கையாக இருங்கள்: [விக்ஸ் ஹோட்டல்களின் இலவச பதிப்பு இருக்கும்போது](#), அதை முயற்சி செய்து பார்க்கவும், அது எப்படி வேலை செய்கின்றது என்பதை உணர முடியும். நீங்கள் முன்பதிவுகளை ஏற்க முடியாது, எனவே நீங்கள் விக்ஸ் ஹோட்டல் திட்டத்தினை மேம்படுத்த இறுதியில் கட்டணம் செலுத்த வேண்டும்.

உங்கள் [வலைத்தளத்தில் விக்ஸ் ஹோட்டல்களை எவ்வாறு சேர்ப்பது](#) என்று பார்க்கவும்

உங்கள் வணிகம் தங்குமிடம் தொடர்பானதல்ல என்றால், **விக்ஸ் முன்பதிவு** உங்களுக்கு மிகவும் பொருத்தமாக இருக்கலாம்:

**விக்ஸ் முன்பதிவு** வாடிக்கையாளர்களை உங்கள் வலைத்தளத்திலிருந்து முன்பதிவு செய்து பணம் செலுத்த அனுமதிக்கின்றது. சுற்றுப்பயணம் அல்லது சாகச நிறுவனங்கள், அலைச்சலுக்கு அல்லது புடவை அணிந்த வகுப்பிற்கான முன்பதிவு அல்லது சேவை தொடர்பான வணிகத்திற்கு ஏற்றது.

விக்ஸ் முன்பதிவு பற்றிய மேலும் விவரங்களுக்கு, பார்க்கவும்: [ஒன்லைனில் முன்பதிவு செய்து பணம் பெறுவதற்கான எளிதான வழி](#).

## சாராம்சம்

- இன்றைய ஹோட்டல்கள், விருந்தினர் விடுதிகள் மற்றும் வீட்டு தங்குமிடங்கள் முன்பதிவு அமைப்புகளைக் கொண்டிருக்கும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகின்றது, ஏனெனில் இது விருந்தினர்களுக்கும் ஊழியர்களுக்கும் மிகவும் வசதியானது.
- ஒன்லைன் முன்பதிவு அமைப்பு என்பது உங்கள் சொந்த இணையதளம் மூலம் உங்கள் அறைகள் அல்லது சேவைகளை விற்க அனுமதிக்கும் மென்பொருள் பயன்பாடுகள் ஆகும்.
- பரவலான அமைப்புகள் உள்ளன.

ஊடக முகாமையாளர் என்றால் என்ன?

உங்கள் "**ஊடகங்கள்**" வாடிக்கையாளர்கள் உங்கள் ஹோட்டல்/விருந்தினர் விடுதி / படுக்கை மற்றும் காலையுணவு அல்லது சுற்றுலா வணிகத்தில் அறைகள் அல்லது சேவைகளை பதிவு செய்ய பல்வேறு வழிகளில் உள்ளன. அவையாவன:

- உங்கள் சொந்த இணையதளம்
- OTA கள் (ஒன்லைன் பயண முகமைகள்) எ.கா. booking.com, expedia.com, agoda.com அல்லது airbnb.com
- தொலைபேசி முன்பதிவு
- மின்னஞ்சல் முன்பதிவு
- வாடிக்கையாளர்கள்
- ஒரு ஊடக முகாமையாளர் பொதுவாக ஒரு **ஒன்லைன்** கிளவுட் அடிப்படையிலான தொழில்நுட்ப தீர்வாகும். இதன் பொருள் உங்கள் கணினியில் நிறுவ எந்த மென்பொருளும் இல்லை; இது அனைத்தும் ஒரு இணையதளம் மூலம் நடக்கின்றது. **உங்கள் விநியோக ஊடகங்களின் தினசரி நிர்வாகத்தை ஒரு மேடை மற்றும் நாட்காட்டியில் இணைக்க ஒரு ஊடக முகாமையாளர் உங்களை அனுமதிக்கின்றது.**
- ஊடக முகமைத்துவ மென்பொருள் உங்கள் அனைத்து ஊடகங்களுக்கும் **ஒரே கட்டமைப்பைப் (டாஷ்போர்டை)** பயன்படுத்துகின்றது, பல தனிப்பட்ட வலைத்தளங்களைப் புதுப்பிக்க வேண்டிய அவசியமின்றி விகிதங்களையும் கிடைக்கும் தன்மையையும் உடனடியாகப் புதுப்பிக்க அனுமதிக்கின்றது.
- சரக்கிருப்புக்களை நிர்வகித்தல்
- உங்கள் வணிகம் அனைத்து ஊடகங்களிலும் விற்க அல்லது விநியோகிக்கக்கூடிய அறைகளின் எண்ணிக்கை **சரக்கிருப்பு** என்று அழைக்கப்படுகின்றது.
- எங்கு முன்பதிவு செய்தாலும்-நேரடியாக உங்கள் இணையதளத்தில், மூன்றாம் தரப்பு முன்பதிவு தளம் மூலமாகவோ அல்லது மின்னஞ்சல் அல்லது தொலைபேசி மூலமாகவோ-சரக்கிருப்புகள் எப்போதும் புதுப்பித்த நிலையில் இருக்க வேண்டும்,

அதனால் நீங்கள் அதிக முன்பதிவு செய்யவோ அல்லது குறைத்து முன்பதிவு செய்யவோ கூடாது.

- அதிகப்படியான முன்பதிவு அல்லது குறைந்த முன்பதிவு செலவு
- ஊடக முகாமையாளர் இல்லாமல், உங்கள் சரக்கிருப்புகளை (அறைகள்) ஊடகங்களுக்கு இடையில் பிரிக்க வேண்டிய கட்டாயத்தில் உள்ளீர்கள் மற்றும் இரட்டை முன்பதிவு ஆபத்து அல்லது முழு ஆக்கிரமிப்பை அடையத் தவறிவிட்டீர்கள் (அண்டர் புக்கிங்). அதற்கு பதிலாக, **நிகழ்நேரத்தில் கிடைக்கும் இருப்பு மற்றும் விகிதங்களின் திரட்டப்பட்ட சரக்கு மற்றும் தானியங்கி மேம்படுத்தல்கள்** என்றால் விருந்தினர்கள் உண்மையில் கிடைக்கக்கூடிய அறையை மட்டுமே முன்பதிவு செய்ய முடியும்.
- ஊடக முகாமைத்துவ மென்பொருள் விலை உயர்ந்ததாக இருக்கும்போது, அதன் விலை **அதிகப்படியான முன்பதிவு அல்லது குறைவான முன்பதிவு** செலவுக்கு எதிராக நிறையிடப்பட வேண்டும். நீங்கள் தற்செயலாக ஒரு அறையை அதிகமாக பதிவுசெய்தால், முன்பதிவு செய்யப்பட்ட விருந்தினர்களைத் திருப்பிவிடுவதற்கு அல்லது உங்கள் விருந்தினர்களுக்கு மற்றொரு ஹோட்டலில் தங்குவதற்கு பணம் செலுத்த வேண்டிய மோசமான நிலைக்கு தள்ளப்படுவீர்கள்.
- அதேபோல, நீங்கள் ஒரு ஊடகத்திற்கு ஒதுக்கிய அறைகள் நிரம்பியிருப்பதால், பிற ஊடகங்கள் உங்களுக்கு வெற்று அறைகளை விட்டுச்செல்கின்றது என்றால், நீங்கள் வெற்றிகரமான ஊடகங்களிலிருந்து பெறக்கூடிய வருமானத்தை இழக்கின்றீர்கள்.

எனக்கு ஒரு ஊடக முகாமையாளர் தேவையா?

- **உங்களிடம் ஒரு சிறிய வீட்டு தங்குமிடம் அல்லது ஒரே குடியிருப்புகள் அல்லது குறைந்த அளவிலான சேவைகளைக் கொண்ட சுற்றுலா வணிகம் இருந்தால், உங்களுக்கு ஒரு ஊடக முகாமையாளர் தேவையில்லை.**
- உங்களிடம் அதை விட அதிகமாக இருந்தால், அல்லது பல அறை வகைகள் இருந்தால், ஒன்றை நீங்கள் உண்மையில் பார்க்க வேண்டும்.
- ஆனால் உங்களிடம் 10 க்கும் மேற்பட்ட அறைகள் இருந்தால், நீங்கள் ஏற்கனவே ஊடக முகாமையாளரைப் பயன்படுத்தவில்லை என்றால், நீங்கள் இழக்க நேரிடும்.
- ஏன்? ஏனென்றால், மனித வளத்துடன் கைகளால் நீங்கள் செய்யக்கூடியதை விட அதிகமான ஒன்லைன் பயண முகவர்களுக்கு உங்களால் கிடைக்கும் மற்றும் விகிதங்களை நிகழ்நேரத்தில் அனுப்பவும் ஒத்திசைக்கவும் இது உதவும்.

ஒரு ஊடக முகாமையாளரைத் தேர்ந்தெடுப்பது

தெரிவு செய்ய பல ஊடக முகாமையாளர்கள் உள்ளனர். கருத்தில் கொள்ள முக்கிய சில புள்ளிகள் இங்கே:

- இந்த அமைப்பு முற்றிலும் ஒரு ஊடக முகாமையாளரா அல்லது உங்கள் சொந்த இணையதளம் மற்றும்/அல்லது ஒரு PMS (சொத்து முகாமைத்துவ அமைப்பு) போன்ற வலைத்தள முன்பதிவு இயந்திரம் போன்ற செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியுள்ளதா - நீங்கள் தனித்தனியாக செலுத்த வேண்டிய மற்ற செயல்பாடுகள்?
- நீங்கள் ஒரு நிலையான மாதாந்த நிலையான விகிதத்தை விரும்புகின்றீர்களா அல்லது விற்பனையின் அடிப்படையில் தரகுப்பணத்தை செலுத்த விரும்புகின்றீர்களா?
- உங்கள் வணிக வகையை ஊடக முகாமையாளர் இலக்காகக் கொண்டாரா உ. ம். ஒரு சிறிய விருந்தினர் விடுதி, பூட்டிக் ஹோட்டல் அல்லது சாகச சுற்றுலா வணிகமா?

## அங்கீகரிக்கப்பட்ட ஊடக முகாமையாளர்களுக்கான சில உதாரணங்கள் இங்கே:

- [Cloudbeds](#) - எந்த வகையான தங்குமிடத்திற்கும் ஏற்றது
- [Hotelrunner](#) - குறைந்த மாதாந்த கட்டணம் மற்றும் 1% தரகுப்பணம்
- [Siteminder](#) - 20 அறைகள் அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட ஹோட்டல்களுக்கு ஏற்றது
- [TrekSoft](#) - நாட்சுற்றுப்பயணங்கள் மற்றும் சாகச நடவடிக்கைகளுக்கான முன்பதிவுகளில் நிபுணத்துவம் பெற்றவர்
- [Ezeecentrix](#) - ஊடக முகாமையாளரிடமிருந்து முழு எல்லாவித சலுகையுடனான அமைப்புக்கு மட்டுமே விருப்பங்கள்
- [Staaah](#) - ஊடக முகாமையாளர் + முன்பதிவு இயந்திரம்

## சாராம்சம்

- உங்கள் " **ஊடகங்கள்** " வாடிக்கையாளர்கள் உங்கள் ஹோட்டல்/விருந்தினர் மாளிகை/படுக்கை மற்றும் காலையுணவு அல்லது சுற்றுலா வணிகத்தில் அறைகள் அல்லது சேவைகளை பதிவு செய்யக்கூடிய பல்வேறு வழிகள்.
- உங்கள் வணிகம் அனைத்து ஊடகங்களிலும் விற்க அல்லது விநியோகிக்கக்கூடிய அறைகளின் எண்ணிக்கை **சரக்கிருப்பு** என்று அழைக்கப்படுகின்றது.
- கைவழியாக நீங்கள் செய்வதை விட அதிகமான ஊடகங்கள் மற்றும் ஒன்லைன் பயண முகவர்களுக்கு உண்மையான நேரத்தில் உங்கள் கிடைக்கும் மற்றும் விகிதங்களை அனுப்ப மற்றும் ஒத்திசைக்க ஊடக முகாமையாளர்கள் உதவுகின்றார்கள்.

## விலைக்கான கண்ணோட்டம்

இந்த அத்தியாயத்தில் நாங்கள் **பணம் செலுத்தப்** போகின்றோம்: வாடிக்கையாளர்கள் சேவைகளுக்கு எவ்வாறு பணம் செலுத்துகின்றார்கள் மற்றும் உங்கள் சேவைகளுக்கான கட்டணத்தை எவ்வாறு தீர்மானிப்பது என்பதைப் பற்றியதாகும்.

பணம் செலுத்தும் முறைகள்

### பின்வரும் கட்டண விருப்பங்களுக்கான சாத்தியக்கூறுகள்:

- முன்பதிவு செய்யும் போது **ஒன்லைன் கட்டணம்** - கடனட்டை அல்லது கட்டண முறைமை மூலம் உ. ம். பேபல்
- புறப்படும் போது **பணம்**
- வருகை அல்லது புறப்படும் போது **கடன் அட்டை**
- **வங்கி பரிமாற்றம்**, பொதுவாக முன்னேற்பாட்டு-முன்பதிவுக்காக
- **E-wallet** - **மின்னணு பணப்பை** மற்றும் மொபைல் கட்டண பயன்பாடுகள்
- பணம் செலுத்தும் முறைகள் வேகமாக வளர்ந்து வருகின்றன. தற்போது பெரும்பாலான சர்வதேசப் பயணிகள் **கடன்ட்டை** மூலம் பணம் செலுத்தத் தெரிவு செய்கின்றார்கள் - வருவதற்கு முன் ஒன்லைனில் அல்லது புறப்படும் போது கை முறை மூலமாக ஆகும்.

- பல்வேறு வகையான **e-wallet மற்றும் கையடக்க தொலைபேசி கட்டண முறைமைகள்** கிடைக்கின்றன மற்றும் குறிப்பாக இளைய தலைமுறையினருடன் பிரபலமாகி வருகின்றன.
- வாடிக்கையாளர்களுக்கு **பணம் செலுத்தும் முறையைத் தெரிவுசெய்து**, அவர்கள் பணம் செலுத்துவதை முடிந்தவரை எளிதாக்குவது, உங்கள் போட்டியாளர்களால் இதேபோன்ற தெரிவை வழங்க முடியாவிட்டால் உங்களுக்கு ஒரு நன்மையை வழங்கலாம். உதாரணமாக: கடன் அட்டை வசதிகளை வழங்குவது உங்களுக்கு செலவாகும் என்றாலும், இந்த வசதி உங்கள் விருந்தினர்களால் எதிர்பார்க்கப்படுகின்றது மற்றும் நீங்கள் அதை வழங்காவிட்டால் நீங்கள் வியாபாரத்தை இழக்க நேரிடும்.
- நீங்கள் எந்த கட்டண முறையை (கள்) வழங்க விரும்புகின்றீர்களோ, உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அவர்களின் கட்டண விருப்பங்கள் என்ன **என்பதை முன்பே தெரிந்து கொள்ளவும்**. இது எதிர்காலத்தில் திரும்புவதைத் தடுக்கும் விரும்பத்தகாத அனுபவங்களைத் தவிர்க்கலாம். உதாரணமாக, முன்பதிவு செய்யப்படும்போது இந்த புள்ளியை முன்னிலைப்படுத்த உங்கள் OTA மூலம் மின்னஞ்சல் அனுப்புவதைக் கருத்தில் கொள்ளவும் - இது [Booking.com](http://Booking.com) இல் உள்ள பொதுவான நடைமுறையாகும்.

உங்கள் விலைகளை நிர்ணயிப்பது ஒரு எளிய பணியாகத் தோன்றலாம், ஆனால் அதற்கு உண்மையில் சிந்தனைமிக்க, மூலோபாய திட்டமிடல் தேவைப்படுகின்றது. உங்கள் விலையை நிர்ணயிக்கும் முன் தெரிந்து கொள்ள வேண்டிய சில காரணிகள்:

**தொழிற்படும் செலவுகள்**

தொழிற்படும் செலவுகள் உங்கள் சுற்றுலா வணிகத்தின் விலை நிர்ணயத்தின் மிகவும் நெகிழ்தகவிற்குட்படுத்த முடியாத அம்சங்களில் ஒன்றாகும்; **நீங்கள் இந்த செலவுகளை ஈடுசெய்ய வேண்டும், இல்லையெனில் நீங்கள் வியாபாரத்தை விட்டு வெளியேறுவீர்கள்**. தொழிற்படும் செலவுகளை இரண்டு வகைகளாகப் பிரிக்கப்படுகின்றன: நிலையான செலவுகள் மற்றும் மாறக்கூடிய செலவுகள் ஆகும்.

*நிலையான செலவுகள்*

நீங்கள் எத்தனை முன்பதிவுகளைப் பெற்றாலும் **இவை நிலையான செலவுகளாகும்**. நிலையான செலவுகளில் வாடகை, காப்புறுதி, கட்டிடங்கள் மற்றும் இயந்திரங்கள், சம்பளம் மற்றும் உங்கள் வணிகத்தை நடத்த தேவையான பிற தொழிற்பாட்டு செலவுகள் போன்றவை அடங்கும்.

*மாறக்கூடிய செலவுகள்*

**இவை சேவைகளின் எண்ணிக்கை அல்லது விற்கப்பட்ட முன்பதிவுகளைப் பொறுத்து மாறும் செலவுகளாகும்**. பயன்பாடுகள், பராமரிப்பு செலவுகள், முன்பதிவு தரகுப்பணம் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் போன்ற விடயங்கள் மாறுபடும் செலவுகளில் அடங்கும்.

உங்கள் விநியோகச் செலவுகளைச் சேர்க்க மறக்காதீர்கள். நீங்கள் பயன்படுத்தும் ஊடகங்களைப் பொறுத்து இது மாறுபடலாம்:

- Agoda, Booking.com அல்லது TripAdvisor போன்ற **OTA** தரகுப்பணத்தை வசூலிக்கின்றது (ஒரு மாறும் செலவு)
- **ஊடக முகாமையாளர்கள்** வழக்கமாக ஒரு நிலையான மாதாந்த கட்டணத்தை வசூலிக்கின்றார்கள் (ஒரு நிலையான செலவு)

நிலையான மற்றும் மாறக்கூடிய செலவுகள் இரண்டையும் கருத்தில் கொண்டு, உங்கள் வியாபாரத்தை இலாபகரமாக வைத்திருக்க **உங்கள் தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளுக்கு உங்கள் செலவுகளுக்கு மேல் விலை நிர்ணயம்** செய்யுங்கள்.

இலாப நட்டமற்ற புள்ளி

உங்கள் செலவுகள் மற்றும் வருமானத்தை நீங்கள் துல்லியமாக கணிக்க முடிந்தால், ஒரு இடைவெளியை பகுப்பாய்வு செய்வது எளிமையான கணித விடயமாகும்: **ஒரு வணிகம் அதன் மொத்த வருமானம் அதன் மொத்த செலவுகளுக்கு சமமாக இருந்தாலும் நிலைத்திருக்காது.**

இடைவேளையில், எந்த இலாபமும் இல்லை, எந்த நட்டமும் ஏற்படவில்லை. எந்தவொரு வணிக உரிமையாளருக்கும் இந்த கணக்கீடு மிக முக்கியமானது, ஏனென்றால் இலாப நட்டமற்ற புள்ளி இலாபத்தின் குறைந்த எல்லையாகும்.

இலாப நட்டமற்ற புள்ளி இடைவெளியை இவ்வாறு வெளிப்படுத்தலாம்:

- இலாபகரமாக இருக்க **மாதாந்த வருமானம் தேவை**
- ஒரு முன்பதிவுக்கு **குறைந்தபட்ச விலை.**

பருவகாலம்

உங்கள் வணிகத்தின் சில தயாரிப்புகள் பருவகாலத்திற்கானதா? வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், உங்கள் தயாரிப்பிற்கு **உச்ச காலம்** இருக்கின்றதா? அப்படியானால், அறுகம்விரிகுடாவில் உள்ள பல வணிகங்கள் ஏற்கனவே செய்து வருவதால், பருவகாலத்திற்கான உங்கள் சலுகைகளை தள்ளுபடி செய்வது ஒரு உத்தியாகும். பெரும்பாலான பயணிகள் குறைந்த பருவத்தில் தயாரிப்புகளுக்கு அதிக விலை கொடுக்க விரும்ப மாட்டார்கள், எனவே இதை உங்கள் விலை வியூகத்தில் பிரதிபலிக்கவும்.

**ஜாக்கிரதை:** அறைகளை நிரப்புவதற்கு உங்கள் இலாப நட்டமற்ற புள்ளி இடைவேளைக்கு கீழே தள்ளுபடி செய்யாதீர்கள். நீங்கள் பருவகாலமற்ற குறைத்தால், ஈடுசெய்ய பருவகாலத்தில் அதிகரிக்க வேண்டியிருக்கலாம், உங்கள் முழு ஆண்டு புள்ளிவிபரங்களையும் பார்க்கு. தள்ளுபடியை கவனமாக செய்ய வேண்டும்.



போட்டியாளர்களின் விலைகள்

உங்கள் வணிகத்திற்கான விலைகளை நிர்ணயிக்கும் போது கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய மற்றொரு பயனுள்ள விடயம் என்னவென்றால், உங்கள் போட்டியாளரின் அதாவது உங்களைப் போன்ற பிற வணிகங்கள் கட்டணம் வசூலிக்கின்றன.

நீங்கள் ஏற்கனவே இல்லையென்றால், உங்கள் போட்டியைச் சரிபார்க்க வேண்டிய நேரம் இது. அவர்களின் சலுகைகளை உங்களுடன் ஒப்பிட்டு வேறுபாடுகளைத் தீர்மானிக்கவும். **இடம்** (உ.ம். கடற்கரைக்கு அருகாமையில் அல்லது ஆர்வமுள்ள இடங்கள், காட்சிகள் போன்றவை) மற்றும் **பெறுமதிப்பு சேர்க்கும் நன்மைகள்** போன்ற காரணிகளை கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளுங்கள். போட்டியாளர்களைப் போலவே உங்கள் விலையை வைத்திருங்கள் அல்லது உங்கள் அதிக விலையை நியாயப்படுத்த முடியும்.

**ஜாக்கிரதை:** பல வணிகங்கள் போட்டியாளர்களைப் பார்த்து மட்டுமே அவற்றின் விலையை நிர்ணயிக்கின்றன. முதலில் உங்கள் இலாப நடடமற்ற புள்ளியை நீங்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். பின்னர் கணக்கீடுங்கள்: "நான் எனது விலையை சற்று குறைத்தால், வாடிக்கையாளரின் வருமானத்தில் குறைப்புக்கு ஈடுகொடுக்க வாடிக்கையாளர்களின் அதிகரிப்பு எனக்கு போதுமானதா?"

திறன்

உங்கள் சுற்றுலாப் பொருட்களுக்கு விலை நிர்ணயம் செய்யும் போது, உங்கள் திறனை நீங்கள் தீர்மானிக்க வேண்டும்.

நீங்கள் முழு திறனில் இருக்கும்போது எத்தனை விருந்தினர்களை நடத்த முடியும்? உங்களது முழுத் திறனுடன் ஒப்பிடும்போது எந்த நேரத்திலும் ஆக்கிரமித்துள்ள விருந்தினர்கள் அல்லது அறைகளின் எண்ணிக்கை உங்களின் **ஆக்கிரமிப்பு விகிதம்**. உங்களிடம் 4 அறைகள் இருந்தால், 2 முன்பதிவு செய்யப்பட்டிருந்தால், நீங்கள் 50%தங்குமிட விகிதத்தைக் கொண்டுள்ளீர்கள். ஒவ்வொரு விருந்தினருக்கும் நீங்கள் எவ்வளவு கட்டணம் வசூலிக்கின்றீர்கள் என்பதைப் பொறுத்து, உங்கள் விலையை உயர்த்தவோ குறைக்கவோ வேண்டியிருக்கும்.

**ஜாக்கிரதை:** உங்கள் கணக்கீடுகளை யதார்த்தமான ஆக்கிரமிப்பு விகிதத்தில் செய்யுங்கள். எல்லா நேரத்திலும் முழுமையாக முன்பதிவு செய்யப்படும் என்று நீங்கள் எதிர்பார்க்க முடியாது. எனவே முன்கூட்டியே முடிவு செய்யுங்கள்: நீங்கள் ஆண்டு முழுவதும் சராசரியாக 60%ஆக்கிரமிப்பு விகிதத்தை இலக்காகக் கொண்டிருக்கின்றீர்களா? (இது இலக்குக்கான ஒரு யதார்த்தமான எண்.) அல்லது நீங்கள் ஆண்டு முழுவதும் சராசரியாக, 80% அல்லது அதற்கு மேல் இலக்கு வைத்துள்ளீர்களா? (இது அநேகமாக யதார்த்தமாக இல்லை.)

நன்றி: <https://www.rezobx.com/5-tips-for-pricing-your-tourism-products/>

## சாராம்சம்

- தற்போது பெரும்பாலான பயணிகள் கடனட்டை மூலம் பணம் செலுத்த தெரிவு செய்கின்றார்கள் - வருகைக்கு முன் ஒன்லைனில் அல்லது புறப்படும் போது கைமுறையாக செலுத்துகின்றார்கள்.
- நீங்கள் செயல்பாட்டு செலவுகளை ஈடுகட்ட வேண்டும், இல்லையெனில் நீங்கள் வியாபாரத்தை விட்டு வெளியேறுவீர்கள். இவை நிலையான செலவுகள் அல்லது மாறக்கூடிய செலவுகளாக இருக்கலாம்.
- ஒரு வணிகம் அதன் மொத்த வருமானம் அதன் மொத்த செலவுகளுக்கு சமமாக இருக்கும்போது கூட நட்டமடைகின்றது.

## மூலோபாய விலை மற்றும் இலாபம்

விலை உத்தி அமைக்கும்போது கேட்க வேண்டிய கேள்விகள்

- **உங்கள் தொழில் எவ்வளவு தனித்துவமானது?** உங்கள் தயாரிப்பு மிகவும் தனித்துவமானது உங்கள் நெகிழ்வுத்தன்மையை உங்கள் விலை நிர்ணயிக்க வேண்டும். (இதற்குப் பதிலளிக்க நீங்கள் சிரமப்பட்டால், நீங்கள் மீண்டும் இ-உள்ளடக்கப் படிப்புக்குச் செல்ல விரும்பலாம்.)
- **உங்கள் சலுகையின் உணரப்பட்ட மதிப்பை அதிகரிக்கும் எந்த பெறுமதி சேர்க்கப்பட்ட சேவைகளை நீங்கள் வழங்குகின்றீர்கள்?** சில உதாரணங்களில் இலவச அலைமிதவை அல்லது சைக்கிள் பயன்பாடு, இலவச தரிப்பிடம், வரும்போது பாணங்கள் அல்லது உள்ளூர் சுற்றுப்பயணம் அல்லது மசாஜ் ஸ்பாவுக்கு தள்ளுபடி அட்டை போன்ற கொள்முதல் ஊக்கத்தொகை ஆகியவை அடங்கும்.
- **நீங்கள் எந்தச் சந்தையை ஈர்க்க விரும்புகின்றீர்கள், அந்தச் சந்தையில் எந்த நிலையை நீங்கள் நிறுவ விரும்புகின்றீர்கள்?** தயாரிப்பு தேவைகள், விலை உணர்திறன், தங்கியிருக்கும் காலம் போன்றவை தொடர்பாக உங்கள் இலக்கு சந்தையை ஆராயுங்கள்.
- **உங்கள் தொடக்கச் செலவுகள் என்ன?** உங்கள் இலாப நட்டமற்ற புள்ளியைக் கணக்கிடுங்கள், எனவே இலாப இலக்குகளுக்கு உங்கள் குறைந்தபட்ச விலை என்னவாக இருக்க வேண்டும் (வருமானத்தின் மதிப்பீடுகள், ஆக்கிரமிப்பு விகிதங்கள் போன்றவை தேவைப்படும்).
- **இதே போன்ற பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைக் கொண்ட போட்டியாளர்கள் உங்கள் சந்தையில் என்ன கட்டணம் வசூலிக்கின்றார்கள்?** போட்டியாளர்களின் விலைகள் உங்கள் தயாரிப்புகளை விற்கக்கூடிய அதிகபட்ச விகிதத்தை பாதிக்கின்றன, ஆனால் நீங்கள் விலையில் போட்டியிட வேண்டுமா என்பதை முடிவு செய்வதற்கு முன்பு உங்கள் சொந்த நிதி நிலை (கடன் நிலைகள், பணப்புழக்கம் போன்றவை) பற்றி நீங்கள் அறிந்திருக்க வேண்டும். தொடங்கும் போது, தொகுதி, நம்பகத்தன்மை மற்றும் உங்கள் தரக்குறியீட்டை நிறுவுவதற்கு உங்கள் நீண்ட கால விலை எதிர்பார்ப்புகளை விட விலைகளை நிர்ணயிக்க வேண்டியிருக்கலாம். வழக்கமான முன்பதிவுகளுடன் நீங்கள் மேலும் நிலைநிறுத்தப்படுவதால், விலைகளை அதிகரிப்பதை நீங்கள் கருத்தில் கொள்ளவும்.
- **உங்கள் ஒட்டுமொத்த சந்தைப்படுத்தல் உத்தி என்ன?** நீங்கள் ஆடம்பரப் பயணிகளின் விலையை பூர்த்தி செய்தால், அதிக ஏற்ற இறக்கமாக இருக்காது ஆனால்

பட்டெஜட் பயணிகளை, தேசாந்திரிகள் போன்றவற்றை நீங்கள் குறிவைத்தால், நீங்கள் முன்பதிவின் அளவை நம்பியிருப்பீர்கள்.

விலை உத்திகள்

## விலை நிர்ணயம்

**செலவு-கூடுதலாக விலை நிர்ணயம்** என்றும் அழைக்கப்படுகின்றது: **செலவு விலையை எடுத்து பின்னர் இலாப எல்லையைச் சேர்க்கவும்.**

ஒவ்வொரு விற்பனைக்கும் நீங்கள் **இலாபம் ஈட்டுவதை** உறுதிசெய்ய உங்கள் தங்குமிடம், சுற்றுப்பயணங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகளின் விலைகளை அமைக்கவும்.

உங்கள் வியாபாரத்தை நடத்துவதற்கான அனைத்து செலவுகளையும் அடையாளம் காணவும்: நிலையான செலவுகளில் வாடகை, கட்டிட பராமரிப்பு, எந்த இயந்திரங்கள் மற்றும் காப்புறுதிகள் ஆகியவை அடங்கும். மாறுபடும் செலவுகளில் சம்பளம், ஆற்றல், பழுது, எரிபொருள், சீருடை, வங்கி கட்டணம், சந்தைப்படுத்தல் செலவுகள் ஆகியவை அடங்கும்.

போட்டி விலை

இந்த மூலோபாயம் **உங்கள் போட்டியாளர்களின் வசூலிப்பை அடிப்படையாகக் கொண்டு விலையை அமைப்பதை** உள்ளடக்கியது. இந்த முறை போட்டியாளர்கள் ஏற்கனவே தங்கள் விலையில் முழுமையாக வேலை செய்துள்ளனர் என்ற கருத்தை நம்பியுள்ளது. (ஆனால் அவர்கள் உண்மையில் இருக்கின்றார்களா?)

- உங்கள் போட்டியாளர்களின் **அதே விலையை** நீங்கள் வசூலிக்கலாம், அல்லது
- வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கும் நம்பிக்கையில் நீங்கள் **குறைந்த விலையை** (ஆனால் நீங்கள் இலாபகரமாக இருப்பதை உறுதிசெய்து கொள்ளலாம்), அல்லது
- உங்கள் வணிகத்தின் தரக்குறியீட்டு நற்பெயர் அதன் தரம் மற்றும் சேவைக்கு பெயர் பெற்ற வலுவான மற்றும் நிறுவப்பட்ட தரக்குறியீடாக இருந்தால் போட்டியை விட **அதிக விலையை** வசூலிக்க உங்களை அனுமதிக்கலாம்.

சம விலை/ இலாப நட்டமற்ற புள்ளி விலை நிர்ணயம்

வணிகம் **இலாபத்தில் அல்லது நட்டத்தில் இல்லாத அளவுக்கு** விலையை குறைவாக வைத்திருப்பதன் மூலம் சந்தையில் ஊடுருவுவதில் இது ஒரு உத்தியாகும். வெளிப்படையாக இது நிலையானது அல்ல, ஆனால் எதிர்கால வணிகத்தை ஈர்ப்பது நோக்கமாக இருக்கலாம். எச்சரிக்கையுடன் பயன்படுத்தவும்.

விளம்பரங்கள்

**முன்பதிவுகளை அதிகரிப்பதற்காக** விளம்பர தள்ளுபடிகள் பெரும்பாலும் சில நேரங்களில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன, ஆனால் அவை செயற்படுத்தப்பட்டு தேர்ந்தெடுக்கப்படும், ஏனெனில் இது உங்கள் இலாபத்தை குறைப்பதற்கான விரைவான பாதையாக மாறும்.

சுற்றுலாப் பயணிகள் தள்ளுபடி விலைகளுக்குப் பழகிவிடுகின்றார்கள், எனவே உங்கள் சாதாரண கட்டணங்களை வசூலிப்பது கடினமாக்குவது மட்டுமல்லாமல், அது உங்கள் தயாரிப்பை மதிப்பிடும்.

தள்ளுபடிகளில் பயன்படுத்தப்படும் சில **விளம்பர உத்திகள்** இங்கே:

#### *பருவகால விலை நிர்ணயம்*

இது குறைந்த மற்றும் உயர் பருவங்களை உள்ளடக்கும் வகையில் **ஆண்டு முழுவதும் வெவ்வேறு விலை நிலைகள்**. உயர் பருவங்கள் பொதுவாக ஒவ்வொரு ஆண்டும் ஒரே திகதி காலங்களாக இருக்கும் மற்றும் பள்ளி விடுமுறை நாட்கள், பொது விடுமுறைகள், திருவிழாக்கள் அல்லது உள்ளூர் நிகழ்வுகளுக்கு ஒவ்வொரு ஆண்டும் திகதிகள் மாறுபடும்.

சுற்றுலா ஏற்பாட்டாளர்கள் போட்டித்தன்மையுடன் இருப்பதற்காக தங்கள் விலைகளைக் குறிக்கும் ஒரு எல்லைக்கு கீழுள்ள விலை நிர்ணயம் **சாதாரண மாதங்களுக்கு சிறந்தது**. ஒவ்வொரு முன்பதிவிலும் ஓரளவு இலாபம் சம்பாதிக்க உங்களை அனுமதிக்கும் வகையில் உங்கள் விலைகளை நீங்கள் குறிக்கலாம்.

இந்த விளம்பர தள்ளுபடி இல்லாமல் நீங்கள் இருப்பதை விட நீங்கள் அதிக முன்பதிவுகளை உருவாக்குகின்றீர்கள் என்று அர்த்தம் - இதனால் அதிக வருமானம் கிடைக்கும்.

#### *கடைசி நிமிட விலை நிர்ணயம்*

கடைசி நிமிட இடைவெளிகளை நிரப்ப விடுதி உபசரிப்பாளர்கள் மற்றும் சுற்றுலா ஏற்பாட்டாளர்களுக்கான பொதுவான விலை உத்தியாகும். **இது கடைசி நிமிட முன்பதிவு வலைத்தளங்களில் ஊக்குவிக்கப்படும் தள்ளுபடி விலையை** உள்ளடக்கியது. கடைசி நிமிட விலை ஒப்பந்தங்களுடன், உங்களுக்கு தேவையான அதிகம் வாங்குபவர்களைத் தேர்ந்தெடுக்கவும். முன்பதிவில் குறைந்தபட்ச தங்குமிடம் அல்லது பயணிகளின் எண்ணிக்கை போன்ற நிபந்தனைகளை தள்ளுபடி விலையில் சேர்க்கவும்.

#### *ஆரம்ப- கட்ட விலை நிர்ணயம்*

மாதங்களுக்கு முன்பே முன்பதிவு செய்ய விருந்தினர்களை ஊக்குவிக்கும் பொருட்டு, **முன்பதிவு செய்வதற்கு** தள்ளுபடி வழங்கலாம். இதை ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு அல்லது அதிகபட்ச எண்ணிக்கையிலான முன்பதிவுகளுக்கு மட்டுப்படுத்தவும்.

#### *இருங்கள்/பணம் செலுத்துங்கள்*

இந்த ஊக்குவிப்பு வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்க இலவச சேவைகள் அல்லது தங்குமிடத்தை வழங்குகின்றது. உ.ம். 5 இரவுகளில் தங்கியிருந்து 4 க்கு மட்டும் பணம் செலுத்துங்கள், அல்லது 3 செயல்பாடுகளுக்கு பணம் செலுத்துங்கள் மற்றும் 4 வது இலவசமாக கிடைக்கும்.

நன்றி: <https://blog.blackcurve.com/pricing-strategies-for-tour-operators-and-online-travel-agents>

---

## சாராம்சம்

- Mark up pricing: Set the prices of your holidays, tours and activities to ensure that you make a profit on each sale.
- Competitive pricing: This strategy consists of setting the price based on what your competitors charge.
- Promotional discounts are often applied at certain times to increase bookings, but be selective in their implementation.
- எல்லைவிலை நிர்ணயம்: ஒவ்வொரு விற்பனைக்கும் நீங்கள் இலாபம் ஈட்டுவதை உறுதிசெய்ய உங்கள் விடுமுறை நாட்கள், சுற்றுப்பயணங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகளின் விலைகளை அமைக்கவும்.
- போட்டியிடும் விலை நிர்ணயம்: இந்த உத்தி உங்கள் போட்டியாளர்கள் வசூலிக்கும் விலையை நிர்ணயிப்பதை உள்ளடக்கியது.
- முன்பதிவுகளை அதிகரிக்க சில நேரங்களில் விளம்பர தள்ளுபடிகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன, ஆனால் அவை செயற்படுத்தப்பட்டு தேர்ந்தெடுக்கப்படும்.