



Online boeken meeting rooms blijft achter

Stoten hotels zich tweemaal aan dezelfde steen?

Het reserveren van meetingrooms. Het is al enkele jaren een thema, maar aanbieders zoals hotels ondernemen nog weinig serieuze actie. Daarin schuilt een gevaar, weten de experts. “Niets doen, is geen optie meer in deze fase.”

Tekst Dennis Mensink, Mediativ

“Alles is tegenwoordig online boekbaar. Wil je morgen in Madrid met iemand meeten? Vanaf deze plek boek je online in real-time je taxi, koop je je trein- en vliegticket en boek je je overnachting. Voor een meeting room moet je dan alleen nog bellen. Dit past niet meer in de ‘flow’ van de huidige markt. Wil je ’s avonds laat een zaal boeken, dan is dat vaak erg lastig. Wilt u morgen terugbellen? Nee, dat willen we niet. We willen het nú kunnen boeken, online.” De hotellerie is vrij traditioneel, constateert Ronny Villanueva. Online boeken van meeting rooms is

nog een brug te ver voor veel organisaties. Het is maatwerk, redeneren ze. Mensen hebben veel te veel vragen, daarvoor willen ze bellen. Althans, dat is de aanname. Maar is dat wel zo?

Er is inderdaad een verschil tussen een hotelkamer en een meetingroom reserveren. Het online boeken van een hotelkamer is een afgerond proces. Iemand boekt een bepaald type kamer en de deal is rond. Bij vergader- of congreslocaties komt er doorgaans meer bij kijken en is er contact over specifieke wensen. Als uitbater wil je weten: wat voor partij is het? Wat voor catering verwachten zij? Zijn er nog bijzonderheden waar we rekening mee moeten houden? Om die reden lijkt het lastig meetingrooms online te boeken. Maar niets is minder waar voor het gros van de reserveringen, stelt Villanueva, die in 2014 de overstap maakte van Accor (Mercure/Postillion) naar het reserveringsstelsel voor vergaderlocaties EMS van LetShare. “Hotels boeken doorgaans negen-tot-vijf meetings met een lunch of een dagdeel waarbij koffie en thee minimaal zijn inbegrepen.

Het is bijna een commodity. Nee, het is een commodity. Dit geldt voor 80 procent van de boekingen. Die overige 20 procent vergt de meeste aandacht en tijd, waardoor men het gevoel heeft dat meetingrooms zich lastig online laten boeken”, zegt Villanueva. Hotels zouden strategisch moeten nadenken over het ‘commoditizen’ van hun product, stelt hij. Dat te zien wat wel online boekbaar is in plaats van wat niet kan. “Net als vliegmaatschappijen dat doen, waarbij je in het vliegtuig nog bepaalt of je ook nog wilt eten. De rest is één pakket.” Dit was in het begin ook nog niet mogelijk maar is uiteindelijk ook door de jaren heen gegroeid en aangepast aan de wensen van de markt.

Veel boekingen worden na vijf uur gedaan, omdat degenen die boeken dit niet als hoofdtak hebben. Hotels zouden mede daarom online boeken moeten vereenvoudigen, stelt Villanueva. “Met een online boekingssysteem vergroten ze hun kansen op de markt. Ze creëren dan een 24-uurs bereikbaarheid. Er worden wel pogingen gedaan online, maar de meeste zijn niet sterk. Vaak stelt men te veel vragen. Als online net zoveel tijd in beslag neemt als bellen is er geen voordeel voor de klant. Bovendien moet de tool wel in direct contact staan met de back-end, anders raak je overboekt. Alle reserveringen moeten wel vanuit één voorraad werken.”

Booking.com uitgelachen

“Vijftien jaar geleden werd Booking.com uitgelachen. ‘Dat online boeken gaat toch niemand doen?’, was de gedachte”, blikt Marco Kole van onafhankelijke vergelijkingssite MeetingReview terug. Inmiddels weten de hoteliers beter. Ze stellen door de Booking.coms van deze wereld in een wurggreep te worden gehouden. “Ze kunnen niet meer zonder boekingsites, maar dragen stevige commissies af, waardoor de resultaten onder druk staan.” Volgens Kole zouden hotels het met zalen niet zover moeten laten komen als met kamers. “Zorg dat je zelf de controle hebt, dat ze bij jou boeken. Dan zijn de rollen zoals ze horen.” Villanueva waarschuwt voor oprukkende intermediairs. “Er zit veel kracht achter jongens die met grote investeringen vaart zetten in de markt die zij willen domineren. Voor je het weet hebben zij de boekingen in handen.” Hij verbaast zich over het feit dat hotels zelf nauwelijks de vergelijking lijken te maken met de markt van hotelkamers waar zij de strijd verloren hebben. Verschil met vijftien jaar geleden is dat hotels er toen niet klaar voor waren. Internet was er niet, niemand had nog weet van de mogelijkheden. “Ze dachten allemaal: het waait wel over. Nu zou men anders moeten denken.” Bovendien is het vol-

Regardz Online

Regardz heeft begin dit jaar boekingssysteem Regardz Online gelanceerd. Daarmee is het mogelijk vergaderruimtes direct online te reserveren.

Hierdoor hoeven boekers niet meer te wachten op een offerte met prijs en beschikbaarheid – iets waar zij volgens intern onderzoek behoefte aan hadden. Het bedrijf claimt dat het de eerste is in de branche die dit mogelijk maakt. Volgens het bedrijf hadden de klanten ook de wens om buiten kantoorlocaties een locatie te kunnen reserveren. Met het nieuwe online boekingssysteem is het mogelijk om 24 uur per dag, zeven dagen in de week vergaderlocaties te boeken. Het bedrijf is eveneens van start gegaan met de werving en aansluiting van externe trainings-, opleidings-, vergader- en congreslocaties. De eerste partners hebben zich al aangesloten, waaronder Fletcher Hotels met 26 locaties.

gens hem vrij eenvoudig om maatregelen te nemen. “Een boekingssysteem vergt geen grote investeringen. Het gaat om low cost, cloud-based oplossingen. Men is terughoudend, maar niets doen, is geen optie meer in deze fase. Een nieuw distributiekanaal voor meeting rooms vergt ook een andere strategie. Online boeken is een profit center om goed naar te kijken.” Met name voor de individuele hotels is het risico behoorlijk groot als intermediairs het oppakken. “Zij kunnen niet meer weg als ze eenmaal meedoen.”

Persoonlijke aandacht Bilderberg

Het thema online boeken van meeting rooms speelt al enkele jaren in de hotellerie. Arlette Gilbert, commercieel directeur van Bilderberg, kan zich verschillende initiatieven van bedrijven en intermediairs herinneren. Maar geen van alle was een doorslaand succes. Gilbert deelt de mening van Kole en Villanueva dat hotels als het gaat om hotelkamers veel te laat zijn geweest en alles cadeau hebben gedaan aan de boekingsites. “Althans, ze hebben het idee dat ze de controle over hun inventory kwijt zijn geraakt. Naar mijn mening is dat niet zo, want je blijft zelf de baas over je prijzen en beschikbaarheid. De distributiemix is echt groter dan alleen Booking.com en Expedia.” Feit is volgens haar wel dat de hotellerie niet vooroploopt als het om technologie gaat, terwijl er wel degelijk mogelijkheden zijn. “Voor bepaalde bijeenkomsten is het ook echt een opportunity. Dan heb ik het over de rechttoerechtaan meeting room met een beetje catering. Iets dergelijks zou je heel erg transactie based kunnen neerzetten, net als een kamer.”



Dit is overigens niet het type bijeenkomsten dat vaak plaatsvindt in de hotels van Bilderberg, dat zich richt op het hogere segment. “Er komen echt meer dingen bij kijken dan het vastleggen van de meeting-ruimte. Wij verhuren geen ruimtes, maar organiseren events, seminars, meerdaagse trainingen. Het succes van een event wordt dan bepaald door de zaken om de ruimte heen. En daar is creativiteit, persoonlijk advies en onderling overleg voor nodig.” Hoewel Gilbert momenteel betrokken is bij een test met online boeken, waar onder meer MeetingReview ook bij betrokken is, ziet ze Bilderberg niet snel een grote omslag maken. “Persoonlijke aandacht en maatwerk zijn belangrijke onderdelen van het DNA van ons bedrijf. Daarom zullen we altijd de voorkeur blijven geven aan persoonlijk contact.”

Bewust geen bemiddelaar

Op MeetingReview.com is het aantal locaties dat online boekbaar is nog steeds klein.

MeetingReview kiest er zelf overigens bewust voor geen bemiddelaar te worden. “Wij willen de TripAdvisor zijn van de meetingbranche. Wij sluiten bemiddelaars aan, als een van de partijen waarmee je kunt boeken. Met iedereen spreken we vergelijkbare leadvergoedingen af.” Kole schat in dat WorldMeetings, Meetingselect en Meetings.nl samen zo’n 70 procent van de bemiddelaarsmarkt in Nederland in handen hebben. De meeste zalen zijn wel aangesloten. Er lijkt nog veel groei te zitten in opkomende locaties, zoals woonhuizen en omgebouwde boerderijen. “Voor meetings tot 25 man zijn ontzettend veel locaties geschikt. En juist voor dit soort onbekende locaties helpt het enorm als zij online gevonden en geboekt kunnen worden.”

In de VS is de zakelijke tegenhanger van Airbnb inmiddels geïntroduceerd. Het gaat om PeerSpace, particuliere ruimtes voor zakelijke bijeenkomsten. Dit bedrijf heeft recent 1,5 miljoen dollar opgehaald om het concept in de

markt te zetten. Een ander voorbeeld van een snelgroeiend Amerikaans bedrijf in deze markt is Liquid Space, dat is doorgroeid vanuit het aanbieden van werkruimte voor flexwerkers. In de wereld van de flexibele werkplekken is men sowieso al een stukje verder op het gebied van online boeken, weet Kole. “Seats2meet werkt voor zijn eigen locaties al heel lang met behulp van online boeken, terwijl het ook via Deskbookers mogelijk is een zaal te reserveren.”

Nog niet realtime

Is een partij als WorldMeetings dan de nieuwe Booking.com van de vergader- en eventbranche? “Ze doen het goed, maar het is niet real-time, wat een probleem kan zijn”, zegt Villanueva. Gilbert deelt die mening: “WorldMeetings staat niet direct in connectie met de inventory, het property management systeem.” Bob Pieterse van WorldMeetings erkent dat dit momenteel niet het geval is, bij geen enkele aanbieder. “Ik begrijp goed dat locaties dit graag zien. Zij willen een efficiënte werkwijze en geen handelingen meer.” Het is overigens niet zo dat meetingrooms dubbel geboekt worden. “De kans daarop is nihil. We bieden de voorraden online aan en daarna bevestigen wij aan de locatie.”

Bij grote events gaat het volgens Pieterse nooit lukken om die online boekbaar te maken. Sowieso dient er bij het

boeken van meetingrooms altijd ‘een stem’ achter te zitten. “Als klant moet je de mogelijkheid hebben om toch even te bellen.” Systemen voor events met allerlei parameters, zoals eten en drinken en andere zaken, zijn zeer complex om te bouwen. Het real-time boekbaar maken is heel ingewikkeld, weet Gilbert, die benadrukt dat Bilderberg geen technologiebedrijf is. “Wij zullen zelf geen booking engine ontwikkelen, maar kopen technologie van andere partijen.” Toch is Gilbert positief gestemd over de toekomstige (technologische) mogelijkheden. “Er gaat een keer iemand komen met een oplossing. En ik ben dan zeker nieuwsgierig naar het product dat alles kan. Dan pas zal het überhaupt gaan vliegen en zal de grote adoptie door de markt plaatsvinden.” Als het aan Pieterse ligt, is WorldMeetings de partij die dit mogelijk maakt. “Het is een kwestie van tijd. Het gaat dadelijk gebeuren, bij ons. Er vinden al gesprekken plaats met partners met wie we dit gaan organiseren.” ■

The screenshot shows the MeetingReview website interface. At the top, there's a search bar with 'MeetingReview' logo and navigation icons. Below the search bar, there's a grid of meeting room images. On the right, a detailed card for 'Bilderberg Hotel De Keizerskroon' is visible. It features a 9.0 rating, a 'NUMMER 3' badge, and a 'RESERVEER NU!' button. The card also includes a 'Bilderberg' logo and a 'RESERVEER NU!' button at the bottom.