### *1. Yêu cầu 1:*

- Booking conversion là gì ?

+ *Booking conversion là tỉ lệ (số lượng Bookings)/(số lượng clicks) cho 1 nhà quảng cáo khách sạn*

=> **Lưu ý:** 1 lượt booking <-> nhiều lượt clicks ( có những khách hàng chỉ clicks và tìm kiếm thông tin tham khảo, không đặt khách sạn)

- A, B, C gần như trend có sự tương đồng biến thiên theo thgian,riêng có C đạt cực điểm tầm t7-9, sau đó tất cả giảm sâu vào cuối năm sau khi chỉ tăng mạnh vào dịp lễ đặc biệt (giáng sinh, Halloween, …)

- Không dao động quá nhiều -> nước này thu hút khách du lịch quanh năm, thời tiết không quá khắc nghiệt, nhiều event xuyên suốt

- Trend giống nhau do cùng 1 quốc gia nên sẽ chịu nhiều yếu tố ngoại lai giống nhau như (xu hướng, phong tục tập quán địa phương, các dịp nghỉ, …) tuy nhiên, có thể khác do vị trí địa lý, khi ấy, từng khách sạn sẽ có thời tiết và các hoạt động du lịch đặc trưng riêng -> nước này rộng và có sự khác biệt về thời tiết trên từng khu vực

- Tầm tháng 5 -> tháng 9 nhiều book bởi:

+ Thời tiết đẹp nhất

+ Ngoài khách trong nước sẽ có du khách nước ngoài (thường đây là mùa nghỉ của các quốc gia) (short)

+ Các chuyến công tác có khả năng diễn ra thường xuyên hơn hay các cty tổ chức sự kiện muốn thu hút khán giả phải lên plan từ sớm nên book trong giai đoạn gần giữa năm là nhiều (medium, long)

- Cuối năm tăng ko nhiều, có sự giảm nhẹ (giai đoạn du khách nước ngoài phải quay về cuộc sống thường nhật, quê nhà (Tết Tây) và cũng là giai đoạn đầu của dịch Covid-19)

+ Người book thường chỉ là những du khách du lịch đã đến và trải nghiệm lại ( chỉ có short nhiều ) hoặc một số ít người muốn tránh mùa đông đúc

+ Thời tiết khắc nghiệt hơn

- Dự đoán quốc gia

a) **Mỹ** vì mùa hè từ t5-t9, nhiều hoạt động giải trí, thời điểm nhiều event (đặc biệt independence day, us open) ; mùa đông thời tiết lạnh lên tới âm độ

b) **Úc** vì:

+ Nhà quảng cáo A, B có thể Nam Úc tháng 3-tháng 5 là thời điểm mùa thu nhiều lễ hội A tỉ lệ, số lượng book cao nhất trong 3 cái có thể là Adelaide vì đây là thủ phủ,nhiều dân, nhiều lễ hội, thức ăn, rượu vang, biển thơ mộng, ít tội phạm

+ Còn nhà quảng cáo C có thể là Bắc Úc tháng 5-tháng 10 là mùa khô trời đẹp ít mưa nhiều hoạt động ở biển đồng thời Nam Úc là mùa đông Nam Úc lên bắc tránh rét ( đó là vì sao giai đoạn tháng 7-tháng 10 của C tăng mạnh)

### *2. Yêu cầu 2:*

- Muốn tăng doanh thu thì mỗi nhà sản xuất cần phải tăng thu nhập hoặc giảm chi phí hao tổn

a. Tăng thu nhập

- Tăng lượng booking

+ Qui trình(Ghé thăm web -> xem khách sạn -> check thông tin, giá -> Đặt phòng) phải bắt mắt, thuận tiện => Có thể yêu cầu hoặc đề xuất với chủ website

***\*\* Những lưu ý:\*\****

+) web không được sai keyword, chính tả, không được thiết kế gọn gàng, bắt mắt, thuận tiện sử dụng, ưu tiên các thông tin khách hàng muốn và quan tâm, quảng cáo phải pop-up hợp lý để tránh rối mắt

+) quy trình đặt vé đơn giản hoặc đầy đủ những bằng chứng xã hội và thông tin cần thiết về nơi du lịch. Bằng chứng xã hội rất quan trọng vì nó sẽ tạo thành hiệu ứng đám đông, khuyến khích khách hàng có thể chụp nhiều ảnh đẹp, review chi tiết, viết blog rồi đăng trên nhiều diễn đàn mạng xã hội, update những thông tin mới chính xác và liên tục

+) hệ thống book phải an toàn, giá cả tương xứng với mong muốn để có thể bảo toàn tệp khách hàng và giữ uy tín, bền vững cho thương hiệu, Đồng thời, vấn đề tiền nong ngày nay đa phần đều giao dịch online nên dễ dàng bị giả mạo và đánh cắp -> phải kết nối với những ngân hàng hoặc dịch vụ uy tín để khách hàng tin cậy

+) Có thể ra mắt nhiều khuyến mãi, sự kiện hơn trong thgian ngắn hạn để tạo FOMO ( ví dụ như nếu kh tìm mà ko book nhà hàng, tự động gửi email offer cho họ discount), không có giá ẩn, nhằm thu hút nhiều khách hàng, tạo độ tin cậy để sau này có sức lan tỏa từ đám đông. Các sự kiện này có thể là thuê người nổi tiếng đến review, trải nghiệm để quảng bá hình ảnh hoặc tổ chức các sự kiện ca nhạc, gameshow

- Giảm chi phí hao tổn:

+ Tổ chức lại công ty

### 3. Phân tích riêng từng nhà quảng cáo

- Nhà quảng cáo A, B:

+ Tỉ lệ book và doanh thu cao nhưng đầu năm xuất phát điểm chậm và cuối năm doanh thu ko dc như giữa năm – phần lớn do thời tiết (ko thể thay đổi dc)

+ Tệp khách hàng chủ yếu là short

=> Nên có nhiều ưu đãi, chương trình vào đầu và cuối năm hơn

- Nhà quảng cáo C:

+ Chủ yếu là medium vs long

=> Có thể bắt đầu thu hút thêm khách hàng short với việc tích điểm, ưu đãi nếu đặt sớm