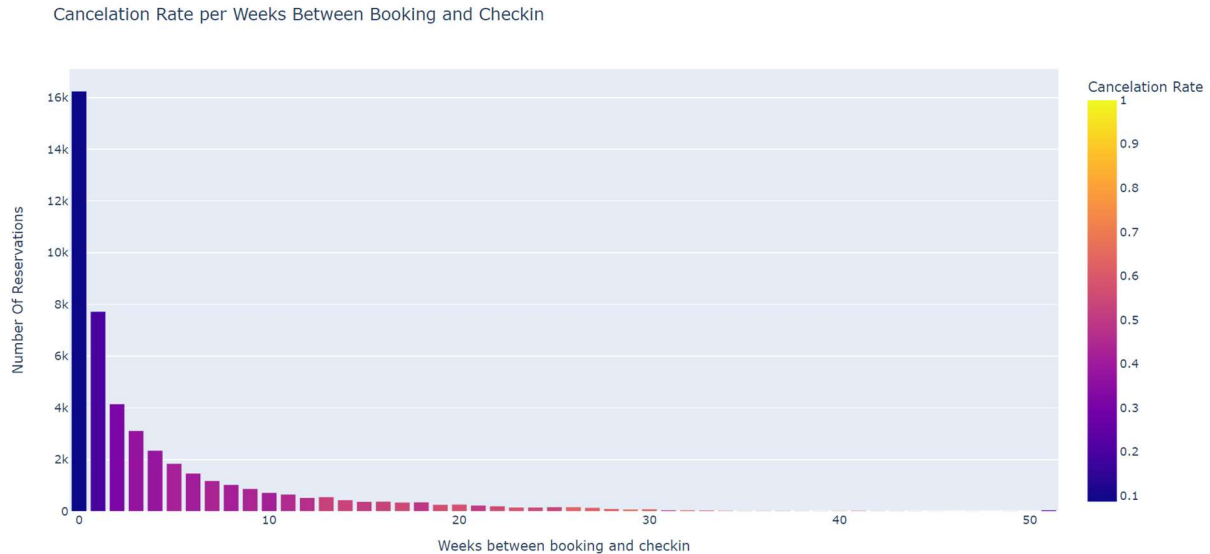


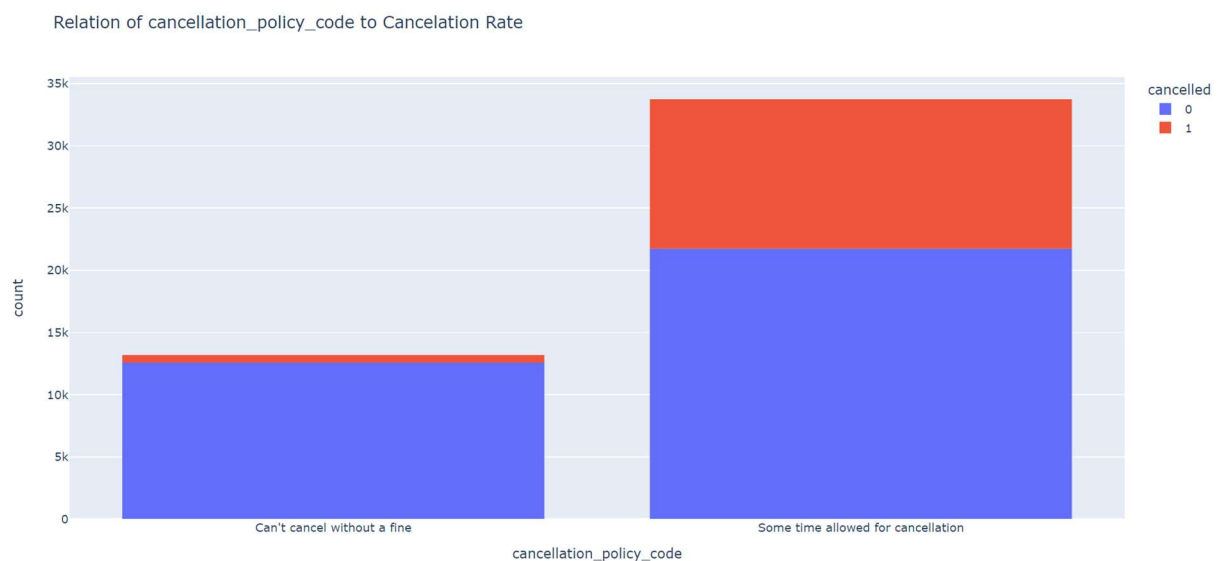
מאפיינים משמעותיים

מבין המאפיינים שבחנו, אחד האינדיקטיביים ביותר שנתקלנו בהם הוא הזמן שחלף בין ביצוע ההזמנה (booking), לבין ההגעה המשוערת למלון (check-in).



כפי שניתן לראות מהגרף, מתוך כלל האנשים שביצעו הזמנה לאותו השבוע, רק 8% ביטלו, ואילו אנשים שהזמינו מעל חודש מראש ביטלו בסבירות של 50%. היות וכמות הביטולים הכוללת היא כרבע מסך ההזמנות, נסיק כי הזמנה סמוכה למועד ההגעה מהווה אינדיקטור חזק מאוד להגעה בפועל, ואילו הזמנה מוקדמת מעלה באופן משמעותי מאוד את ההסתברות לביטול.

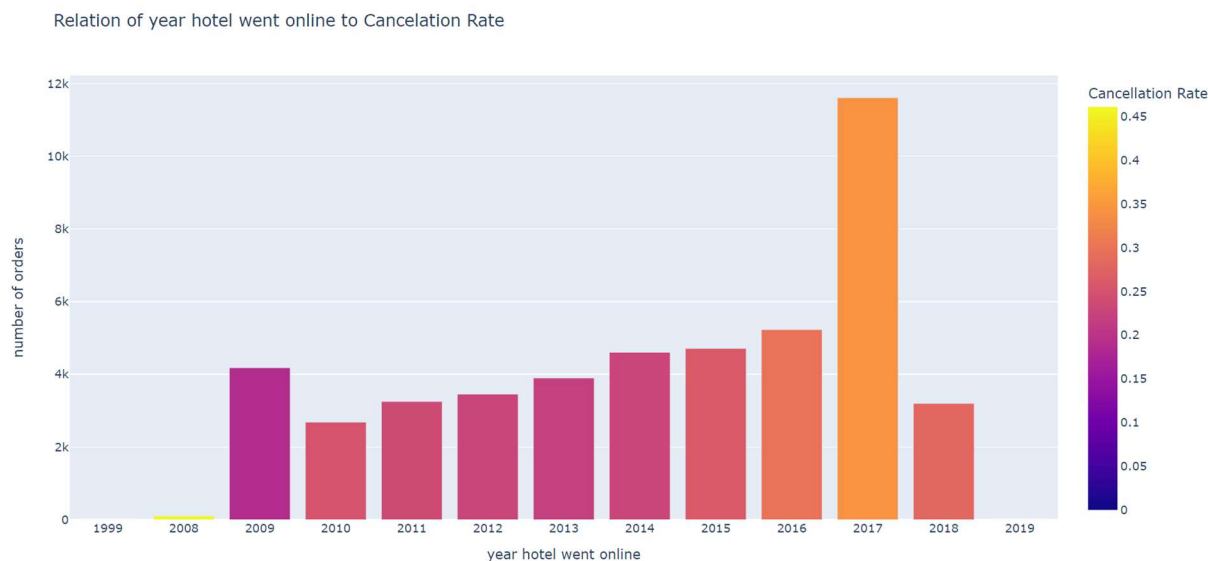
אינדיקטור משמעותי נוסף הוא האפשרות לבטל את ההזמנה ללא קנסות, כאשר אדום מייצג ביטול וכחול הגעה:



כדי ליצור את הגרף הנ"ל, פירקנו את קודי הביטול לפי תחילתם. אם 3 הספרות הראשונות הן 365, סימן שכל ביטול גורר קנס כספי כלשהו. אחרת, ישנה תקופה מסויימת בה ניתן לבטל.

כפי שניתן לראות, אם ביטול כולל בכל מקרה קנס כספי, בין אחוז מסויים מעלות ההזמנה הכוללת לבין אם מחיר של לילה בודד, אחוז הביטולים כמעט אפסי. לעומת זאת, במדיניות ביטולים מקלה יותר, תהא אשר תהא טיבה, כמות הביטולים שם משמעותית יותר. נציין כי ביצענו פילוח מעמיק יותר לפי סוג הביטול, אך גרף זה ממחיש הכי טוב לדעתנו את חשיבות משתנה זה, בעיקר בשלילת הביטול.

אינדיקטור נוסף, הפעם לכך שמלון סביר יותר שיקבל ביטול, הוא הוותק של המלון:



עבור מלונות שנכנסו לאתר בשנים מאוחרות יותר, אחוזי הביטול גבוהים מן המלונות הוותיקים יותר. אמנם זהו אינו מדד שלפיו נוכל לחזות באופן סביר אם לקוח כלשהו ביטל, שכן אפילו בשנים בעלות אחוזי הביטול הגבוהים ביותר הם אינם עוברים את החצי, אך בהחלט הוא מהווה אינדקציה לכך שלקוח עלול לבטל בהסתברות גבוהה הרבה יותר.