



## (12)发明专利申请

(10)申请公布号 CN 106062811 A

(43)申请公布日 2016.10.26

(21)申请号 201480071705.0

(22)申请日 2014.12.09

(30)优先权数据

2014-132098 2014.06.27 JP

(85)PCT国际申请进入国家阶段日

2016.06.29

(86)PCT国际申请的申请数据

PCT/JP2014/082534 2014.12.09

(87)PCT国际申请的公布数据

W02015/198503 JA 2015.12.30

(71)申请人 派瑞德股份有限公司

地址 日本东京都

(72)发明人 百田浩志

(74)专利代理机构 北京银龙知识产权代理有限公司 11243

代理人 龚伟 杨继平

(51)Int.Cl.

G06Q 50/12(2006.01)

G06Q 30/02(2006.01)

G06Q 50/10(2006.01)

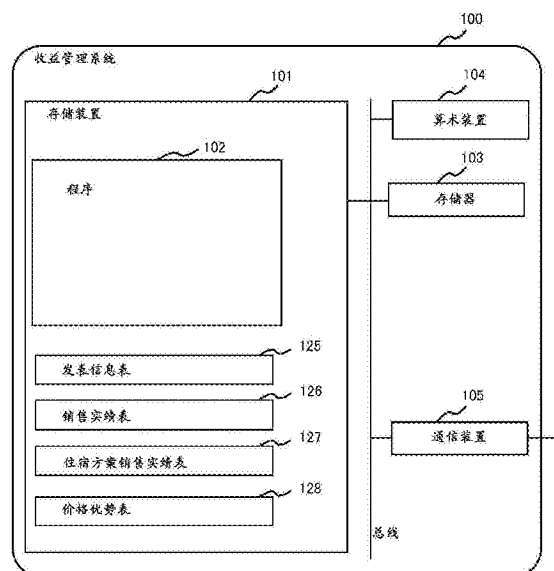
权利要求书6页 说明书20页 附图10页

### (54)发明名称

收益管理系统及收益管理方法

### (57)摘要

本发明能够有效率地实行伴随着在多个渠道中的客房销售所产生的具备竞争力的确实的价格设定。在收益管理系统(100)中,设为包含有通信装置(105)和算术装置(104)的构成。该算术装置(104)将关联于特定住宿设施以及特定住宿设施以外的其他住宿设施的至少包含有客房销售价格和顾客评价值的特定信息,每隔特定时间从多个网络代理商(200)的每个网络代理商(200)的WEB网站和网站控制器(300)以及终端(400)等来取得,并针对各网络代理商(200)的WEB网站的每一个,基于该信息或者是身为从终端(400)而受理有指定的竞争设施的其他住宿设施及其客房销售价格,并根据所识别出的竞争设施的顾客评价与特定住宿设施的顾客评价之间的偏离幅度和偏离方向,计算出使在该网络代理商(200)的WEB网站处的特定住宿设施等的客房销售价格以特定比例作了升降的建议价格,并实行对于终端的该建议价格的通知等。



1. 一种收益管理系统,其特征在于:

具备有通信装置和算术装置,

该通信装置通过网络与其他装置进行通信,

该算术装置执行下述处理:

将至少包含有关联于特定住宿设施以及所述特定住宿设施以外的其他住宿设施的客房销售价格和顾客评价值的特定信息,每隔特定时间从多个网络代理商中的每一个网络代理商的WEB网站、与所述特定住宿设施建立有契约的网站控制器、以及各住宿设施自身所运营的官方WEB网站中的至少一个来取得的处理;

基于所取得的信息,来针对顾客评价值为与所述特定住宿设施有特定范围的近似的身为竞争设施的其他住宿设施、或者是身为所述特定住宿设施的邻近住宿设施并且为从特定终端而受理有指定的身为竞争设施的其他住宿设施,通过各网络代理商的WEB网站的每一个或者是所述官方WEB网站的每一个,来识别出其客房销售价格,并根据所识别出的竞争设施的顾客评价值与所述特定住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度和偏离方向,将使在所述网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例来做出升降的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来的处理;和

进行对于所述特定住宿设施的终端的所述建议价格的通知、或者是代表对于所述网络代理商的WEB网站或者是所述特定住宿设施的官方WEB网站的特定服务器而将所述建议价格作为在该WEB网站上的客房销售价格的情况的设定指示中的至少一个的处理。

2. 如权利要求1所述的收益管理系统,其中,

所述算术装置,在取得所述信息时,将包含有关联于所述特定住宿设施以及所述其他住宿设施的客房销售价格和顾客评价值以及推荐顺序的信息,每隔特定时间而从多个网络代理商中的每个网络代理商的WEB网站和与所述特定住宿设施建立有契约的网站控制器以及各住宿设施自身所运营的官方WEB网站中的至少一个来取得,

所述算术装置,在计算所述建议价格时,基于所取得的信息,针对顾客评价值或者是推荐顺序为与所述特定住宿设施有特定范围的近似的身为竞争设施的其他住宿设施、或者是身为所述特定住宿设施的邻近住宿设施并且为从特定终端而受理有指定的身为竞争设施的其他住宿设施,通过各网络代理商的WEB网站的每一个或者是所述官方WEB网站的每一个,来识别出其客房销售价格,并根据所识别出的竞争设施的顾客评价值以及推荐顺序与所述特定住宿设施的顾客评价值以及推荐顺序之间的各偏离幅度和各偏离方向,来使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例来做出升降,而计算出所述建议价格。

3. 如权利要求1或2所述的收益管理系统,其中,所述算术装置还执行:

当基于在所述建议价格的通知或者是所述设定指示之后所取得的所述信息而对于所述特定住宿设施的客房销售价格和所述建议价格做出比较,并在检测到客房销售价格被设定为所述建议价格的情况时,从所述网络代理商、所述网站控制器以及所述特定住宿设施的官方WEB网站中的至少其中一个,来取得在所述特定住宿设施处的特定时间段内的客房销售实绩,并基于所取得的客房销售实绩,来计算出能够在特定期间内将所述特定住宿设施的客房以所述建议价格销售出去的可能性的处理,

在计算所述建议价格时,根据所算出的可能性和特定基准之间的偏离幅度的大小,将使在网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格作降低的所述特定比例,设为有所增大的值,并将以所述有所增大的特定比例来使所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格作了降低的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

4.如权利要求1~3中任一项所述的收益管理系统,其中,

所述算术装置还执行:经由所述特定住宿设施的终端来接收客房销售价格的下限值的指示的处理,

在计算所述建议价格时,将使在网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以不会低于所述下限值的范围的特定比例做出降低后的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

5.如权利要求1~4中任一项所述的收益管理系统,其中,

所述算术装置,在进行所述建议价格的计算时,基于所述所取得的信息以及关联于该信息所包含的客房销售状况的信息,在顾客评价值为与所述特定住宿设施最为接近或者是身为所述特定住宿设施的邻近住宿设施并且为从特定终端而受理有指定的最大竞争设施中,识别出会成为停止销售客房的日期,并针对各网络代理商的WEB网站的每一个或者是所述官方WEB网站的每一个,来识别出在所识别出的日期中仍进行有客房销售并且顾客评价值为较所述最大竞争设施而更低的准竞争设施及其客房销售价格,并根据所识别出的准竞争设施的顾客评价值与所述特定住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度,来将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述准竞争设施的客房销售价格以特定比例做出上升的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

6.如权利要求1~5中任一项所述的收益管理系统,其中,

所述算术装置,在进行所述建议价格的计算时,当基于所述所取得的信息,而检测出所述特定住宿设施的客房剩余数成为了特定数量以下的情况时,根据在该检测时间点处的所述竞争设施中的顾客评价值为较所述特定住宿设施更低的竞争设施的顾客评价值与所述特定住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度,来将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例做出上升的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

7.如权利要求1所述的收益管理系统,其中,所述算术装置执行:

作为在所述特定住宿设施处的特定时间段内的客房销售实绩,而将包含有特定服务的住宿方案的销售实绩,从所述网络代理商、所述网站控制器以及所述特定住宿设施的官方WEB网站中的至少其中一个来取得,并基于所取得的销售实绩,来计算出能够将包含有特定服务的住宿方案对于特定属性的顾客而在特定期间内以特定价格销售出去的可能性的处理;和

从所述终端接收预定销售的住宿方案和目标顾客的各个信息,并基于关联于与所接收的所述各个信息所代表的属性相匹配的住宿方案的所计算出的所述可能性,来识别出所述可能性成为特定基准以上的住宿方案及其销售价格的处理;和

针对所取得的销售实绩所代表的所识别出的住宿方案的销售源头住宿设施的所在地

点、和从特定终端接收所指定的指定住宿设施的所在地点,基于预先保持在存储装置中的各个所在地点的价格优势性的信息,来根据所述销售源头住宿设施和所述指定住宿设施之间的价格优势性的偏离幅度与偏离方向,而将使所述住宿方案的所述销售价格以特定比例作了升降的价格,作为在所述指定住宿设施处的所述住宿方案的建议价格而计算出来的处理;和

进行对于所述指定住宿设施的终端的所述建议价格的通知、或者是代表对于该网络代理商或者是所述指定住宿设施的官方WEB网站的特定服务器而将所述建议价格作为在该WEB网站上的住宿方案的销售价格的情况的设定指示中的至少一个的处理。

8.如权利要求5所述的收益管理系统,其中,

所述算术装置,在进行所述建议价格的计算时,执行:

基于所述所取得的信息以及关联于该信息所包含的客房销售状况和设施所在地点的各个信息,在顾客评价值为与所述特定住宿设施有特定范围的接近并且位于所述特定住宿设施的特定范围内的距离的竞争设施、或者是从所述终端而受理有指定的竞争设施中,计算出在所有竞争设施中的尚未成为停止销售客房的竞争设施所占的比例的处理;和

根据所计算出的比例的大小、和在特定网络代理商的WEB网站处的所述特定住宿设施的销售中客房的直到住宿日为止的剩余天数的大小,若是所述比例为较特定值而越大以及所述剩余天数为较特定值而越少,则将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例做出减少的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来的处理;和

根据所计算出的比例的大小、和在特定网络代理商的WEB网站处的所述特定住宿设施的销售中客房的直到住宿日为止的剩余天数的大小,若是所述比例为较特定值而越小以及所述剩余天数为较特定值而越多,则将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例做出增加的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来的处理。

9.一种收益管理方法,其特征在于,所述收益管理方法使得具备有通过网络而与其他装置进行通信的通信装置的信息处理装置执行如下处理:

将至少包含有关联于特定住宿设施以及所述特定住宿设施以外的其他住宿设施的客房销售价格和顾客评价值的特定信息,每隔特定时间从多个网络代理商中的每一个网络代理商的WEB网站、与所述特定住宿设施建立有契约的网站控制器、以及各住宿设施自身所营运的官方WEB网站中的至少一个来取得的处理;

基于所取得的信息,来针对顾客评价值为与所述特定住宿设施有特定范围的近似的身为竞争设施的其他住宿设施、或者是身为所述特定住宿设施的邻近住宿设施并且为从特定终端而受理有指定的身为竞争设施的其他住宿设施,通过各网络代理商的WEB网站的每一个或者是所述官方WEB网站的每一个,来识别出其客房销售价格,并根据所识别出的竞争设施的顾客评价值与所述特定住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度和偏离方向,来将使在所述网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例来做出升降的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来的处理;和

进行对于所述特定住宿设施的终端的所述建议价格的通知、或者是代表对于所述网络

代理商的WEB网站或者是所述特定住宿设施的官方WEB网站的特定服务器而将所述建议价格作为在该WEB网站上的客房销售价格的情况的设定指示中的至少一个的处理。

10. 如权利要求9所述的收益管理方法,其中,

所述信息处理装置,在取得所述信息时,将包含有关联于所述特定住宿设施以及所述其他住宿设施的客房销售价格和顾客评价值以及推荐顺序的信息,每隔特定时间从多个网络代理商中的每个网络代理商的WEB网站和与所述特定住宿设施建立有契约的网站控制器以及各住宿设施自身所营运的官方WEB网站中的至少一个来取得,

在计算所述建议价格时,基于所述所取得的信息,针对顾客评价值或者是推荐顺序为与所述特定住宿设施有特定范围的近似的身为竞争设施的其他住宿设施、或者是身为所述特定住宿设施的邻近住宿设施并且为从特定终端而受理有指定的身为竞争设施的其他住宿设施,通过各网络代理商的WEB网站的每一个或者是所述官方WEB网站的每一个,来识别出其客房销售价格,并根据所识别出的竞争设施的顾客评价值以及推荐顺序与所述特定住宿设施的顾客评价值以及推荐顺序之间的各偏离幅度和各偏离方向,来使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例来做出升降,而计算出所述建议价格。

11. 如权利要求9或10所述的收益管理方法,其中,所述信息处理装置还执行:

当基于在所述建议价格的通知或者是所述设定指示之后所取得的所述信息而对于所述特定住宿设施的客房销售价格和所述建议价格做出比较,并在检测到客房销售价格被设定为所述建议价格的情况时,从所述网络代理商、所述网站控制器以及所述特定住宿设施的官方WEB网站中的至少其中一个,来取得在所述特定住宿设施处的特定时间段内的客房销售实绩,并基于所取得的客房销售实绩,来计算出能够在特定期间内将所述特定住宿设施的客房以所述建议价格而销售出去的可能性的处理,

在计算所述建议价格时,根据所算出的可能性和特定基准之间的偏离幅度的大小,来将使在网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格作降低的所述特定比例,设为有所增大的值,并将以所述有所增大的特定比例来使所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格做出降低的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

12. 如权利要求9~11中任一项所述的收益管理方法,其中,

所述信息处理装置还执行:经由所述特定住宿设施的终端接收客房销售价格的下限值的指示的处理,

在计算所述建议价格时,将使在网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以不会低于所述下限值的范围的特定比例做出降低后的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

13. 如权利要求9~12中任一项所述的收益管理方法,其中,

所述信息处理装置,在进行所述建议价格的计算时,基于所述所取得的信息以及关联于该信息所包含的客房销售状况的信息,在顾客评价值为与所述特定住宿设施最为接近或者是身为所述特定住宿设施的邻近住宿设施并且为从特定终端而受理有指定的最大竞争设施中,识别出会成为停止销售客房的日期,并针对各网络代理商的WEB网站的每一个或者是所述官方WEB网站的每一个,来识别出在所识别出的日期中仍进行有客房销售并且顾客

评价值为较所述最大竞争设施而更低的准竞争设施及其客房销售价格,并根据所识别出的准竞争设施的顾客评价值与所述特定住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度,将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述准竞争设施的客房销售价格以特定比例做出上升的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

14. 如权利要求9~13中任一项所述的收益管理方法,其中,

所述信息处理装置,在进行所述建议价格的计算时,当基于所述所取得的信息,而检测出所述特定住宿设施的客房剩余数成为了特定数量以下的情况时,根据在该检测时间点处的所述竞争设施中的顾客评价值为较所述特定住宿设施更低的竞争设施的顾客评价值与所述特定住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度,将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例做出上升的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

15. 如权利要求9所述的收益管理方法,其中,所述信息处理装置执行:

作为在所述特定住宿设施处的特定时间段内的客房销售实绩,将包含有特定服务的住宿方案的销售实绩,从所述网络代理商、所述网站控制器以及所述特定住宿设施的官方WEB网站中的至少其中一个来取得,并基于所取得的销售实绩,来计算出能够将包含有特定服务的住宿方案对于特定属性的顾客而在特定期间内以特定价格来销售出去的可能性的处理;和

从所述终端接收预定销售的住宿方案和目标顾客的各个信息,并基于关联于与所接收的所述各个信息所代表的属性相匹配的住宿方案的所计算出的所述可能性,来识别出所述可能性成为特定基准以上的住宿方案及其销售价格的处理;和

针对所取得的销售实绩所代表的所识别出的住宿方案的销售源头住宿设施的所在地点、和从特定终端接收所指定的指定住宿设施的所在地点,基于预先保持在存储装置中的各个所在地点的价格优势性的信息,来根据所述销售源头住宿设施和所述指定住宿设施之间的价格优势性的偏离幅度与偏离方向,而将使所述住宿方案的所述销售价格以特定比例做出升降的价格,作为在所述指定住宿设施处的所述住宿方案的建议价格而计算出来的处理;和

进行对于所述特定住宿设施的终端的所述建议价格的通知、或者是代表对于该网络代理商或者是所述指定住宿设施的官方WEB网站的特定服务器而将所述建议价格作为在该WEB网站上的住宿方案的销售价格的情况的设定指示中的至少一个的处理。

16. 如权利要求9所述的收益管理方法,其中,

所述信息处理装置,在进行所述建议价格的计算时,执行:

基于所述所取得的信息以及关联于该信息所包含的客房销售状况和设施所在地点的各个信息,在顾客评价值为与所述特定住宿设施有特定范围的接近并且位于所述特定住宿设施的特定范围内的距离的竞争设施、或者是从所述终端而受理有指定的竞争设施中,计算出在所有竞争设施中的尚未成为停止销售客房的竞争设施所占的比例的处理;和

根据所计算出的比例的大小、和在特定网络代理商的WEB网站处的所述特定住宿设施的销售中客房的直到住宿日为止的剩余天数的大小,若是所述比例为较特定值而越大以及所述剩余天数为较特定值而越少,则将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网

站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例做出减少的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来的处理;和

根据所计算出的比例的大小、和在特定网络代理商的WEB网站处的所述特定住宿设施的销售中客房的直到住宿日为止的剩余天数的大小,若是所述比例为较特定值而越小以及所述剩余天数为较特定值而越多,则将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例做出增加的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来的处理。

## 收益管理系统及收益管理方法

### 技术领域

[0001] 本发明涉及收益管理系统及收益管理方法,尤其涉及能够有效率地实行伴随着在多个渠道(channel)中的客房销售所产生的具备竞争力的确实的价格设定的系统及方法。

### 背景技术

[0002] 对饭店、旅馆等的住宿提供商而言,存在有该设备产业中所特有的事业前提,也就是说,身为商品的客房的最大供给量是固定的,并且客房此一商品有着无法进行库存周转的特性。对于具有此种事业前提的住宿提供商而言,以良好效率来销售商品、服务并将当日的库存极小化的情况是重要。因此,住宿提供商并不仅是通过自己公司的WEB网站或电话受理之类的自身公司渠道,而还与进行在因特网上的代理销售的多个网络代理商缔结契约而持续努力将销售渠道扩大。

[0003] 另一方面,对于住宿提供商而言,若是将自身设施的所有库存均同时交给上述各个网络代理商,则会有频繁发生所谓的重复订房的情况。另一方面,若是为了避免这样重复订房的发生,而针对各个网络代理商来分别进行库存分配,则会起因于各个网络代理商之间的销售能力的差异而产生销售机会的损失,最终会有导致无法将库存全部售尽的情况。

[0004] 因此,建议在每一特定时间内而对于契约中的各个网络代理商的销售状况进行确认,并接收经由此所得知的各个网络代理商的不同销售状况,而自动实行该住宿提供商的库存调整的所谓网站控制器。作为与此种在销售渠道之间的库存管理有所关联的技术,提出过以下给出的相关技术。也就是说,以不论是对于住宿设施侧或代理者侧而要求有住宿的预约均能够有效率地受理该住宿预约的情况作为目的,而提出了是因为使用者终端的要求而进行住宿预约的预约登记处理并对于被登记在住宿设施信息数据库中的代表空房状况的信息的空房信息等进行更新的技术(参考专利文献1)等。

[0005] 相关技术文献

[0006] 专利文献

[0007] 专利文献1:日本专利申请特开2008-26987号公报

### 发明内容

[0008] 本发明所要解决的技术问题

[0009] 如同上述一般,一直以来便存在有以经由销售渠道的多渠道化达到销售效率的提升的情况作为目的的技术。但是,实际上,由于依赖于住宿提供商之间的销售价格差异等的各种条件,销售结果会产生大幅度的变动,因此,若是仅靠着将销售渠道扩大,则仍难以期待有销售效率的提升。因此,住宿提供商们每天均需要反复进行对于其他竞争公司的销售价格作确认并设定同一天的销售客房中的最低价格等。这些任务都是依据担当者的经验、主观判断等的非确定性的根据来实现,并且针对这些任务会对于销售结果带来何种成果的情况,也并未作任何的验证。

[0010] 其结果,会有起因于进行过度的低价格设定而导致住宿提供商乃至住宿设施的

原本所具有的品牌形象变差并对于后续的销售战略带来不良影响的情况,或者是相反地仅以身为住宿的繁忙期间的情况作为根据而进行了相对于设备性能或顾客评价而言为过高的价格设定,而导致对于顾客的印象造成重大损伤的状况,而最终导致该住宿提供商的收益降低的情况。另一方面,虽然存在有所谓的收益管理的思想,但是该思想尚未在对于上述一般的住宿提供商所特有的各种事态作全面网罗性的考虑的状态下而被适用,而仅停留在担当者基于自身的经验法则来进行思考的程度。

[0011] 因此,本发明是有鉴于上述课题而提出,其主要目的在于提供一种能够有效率地实行伴随着在多个渠道中的客房销售所产生的具备竞争力的确实的价格设定的技术。

[0012] 用以解决技术问题的技术手段

[0013] 对于解决上述课题的本发明提供的收益管理系统,具备有:通信装置,其通过网络而与其他装置进行通信;和算术装置,其执行下述处理:将至少包含有关联于特定住宿设施以及所述特定住宿设施以外的其他住宿设施的客房销售价格和顾客评价值的特定信息,每隔特定时间从多个网络代理商中的每一个网络代理商的WEB网站、与所述特定住宿设施建立有契约的网站控制器、以及各住宿设施自身所营运的官方WEB网站中的至少一个来取得的处理;和基于所取得的信息,来针对顾客评价值为与所述特定住宿设施有特定范围的近似的身为竞争设施的其他住宿设施、或者是身为所述特定住宿设施的邻近住宿设施并且为从特定终端而受理有指定的身为竞争设施的其他住宿设施,通过各网络代理商的WEB网站的每一个或者是所述官方WEB网站的每一个,来识别出其客房销售价格,并根据所识别出的竞争设施的顾客评价值与所述特定住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度和偏离方向,来将使在所述网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例来做出升降的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来的处理;和进行对于所述特定住宿设施的终端的所述建议价格的通知、或者是代表对于所述网络代理商的WEB网站或者是所述特定住宿设施的官方WEB网站的特定服务器而将所述建议价格作为在该WEB网站上的客房销售价格的情况的设定指示中的至少一个的处理。

[0014] 另外,在上述收益管理系统中,还可构成为:所述算术装置,在取得所述信息时,将包含有关联于所述特定住宿设施以及所述其他住宿设施的客房销售价格和顾客评价值以及推荐顺序的信息,每隔特定时间而从多个网络代理商中的每个网络代理商的WEB网站和与所述特定住宿设施建立有契约的网站控制器以及各住宿设施自身所营运的官方WEB网站中的至少一个来取得,在计算所述建议价格时,基于所述所取得的信息,针对顾客评价值或者是推荐顺序为与所述特定住宿设施有特定范围的近似的身为竞争设施的其他住宿设施、或者是身为所述特定住宿设施的邻近住宿设施并且为从特定终端而受理有指定的身为竞争设施的其他住宿设施,通过各网络代理商的WEB网站的每一个或者是所述官方WEB网站的每一个,来识别出其客房销售价格,并根据所识别出的竞争设施的顾客评价值以及推荐顺序与所述特定住宿设施的顾客评价值以及推荐顺序之间的各偏离幅度和各偏离方向,来使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例来做出升降,而计算出所述建议价格。

[0015] 若依据此,则能够根据关于顾客评价值以及推荐顺序中的每一个的与竞争设施间的偏离程度,来对于住宿设施提供对于顾客而言能够接受并且对于住宿设施侧而言还

能够提高顾客终身价值(Customer Lifetime Value),也就是说具备有竞争力的适当的客房销售价格。

[0016] 另外,在上述收益管理系统中,还可构成为:所述算术装置还执行:当基于在所述建议价格的通知或者是所述设定指示之后所取得的所述信息而对于所述特定住宿设施的客房销售价格和所述建议价格做出比较,并在检测到客房销售价格被设定为所述建议价格的情况时,从所述网络代理商、所述网站控制器以及所述特定住宿设施的官方WEB网站中的至少其中一个,来取得在所述特定住宿设施处的特定时间段内的客房销售实绩,并基于所取得的客房销售实绩,来计算出能够在特定期间内将所述特定住宿设施的客房以所述建议价格而销售出去的可能性的处理,在计算所述建议价格时,根据所算出的可能性和特定基准之间的偏离幅度的大小,来将使在网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格做出降低的所述特定比例,设为有所增大的值,并将以所述有所增大的特定比例来使所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格作了降低的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

[0017] 若依据此,则对于当以建议价格来进行客房销售的情况时的实际的销售实绩作确认,并对于该建议价格是否为妥当的情况进行验证,而成为能够持续对于建议价格的决定的算法进行改善。进一步,还能够以良好的精确度来对于住宿设施侧提示具有竞争力的建议价格。

[0018] 另外,在上述收益管理系统中,还可构成为:所述算术装置还执行:经由所述特定住宿设施的终端来接收客房销售价格的下限值的指示的处理,在计算所述建议价格时,将使在网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以不会低于所述下限值的范围的特定比例做出降低后的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

[0019] 若依据此,则能够避免与其他住宿设施间的无限度的削价竞争,而能够在可维持适当利益的范围内来对于住宿设施提示建议价格。

[0020] 另外,在上述收益管理系统中,还可构成为:所述算术装置,在进行所述建议价格的计算时,基于所述所取得的信息以及关联于该信息所包含的客房销售状况的信息,在顾客评价值为与所述特定住宿设施最为接近或者是身为所述特定住宿设施的邻近住宿设施并且为从特定终端而受理有指定的最大竞争设施中,识别出会成为停止销售客房的日期,并针对各网络代理商的WEB网站的每一个或者是所述官方WEB网站的每一个,来识别出在所识别出的日期中仍进行有客房销售并且顾客评价值为较所述最大竞争设施而更低的准竞争设施及其客房销售价格,并根据所识别出的准竞争设施的顾客评价与所述特定住宿设施的顾客评价之间的偏离幅度,来将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述准竞争设施的客房销售价格以特定比例作了上升的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

[0021] 若依据此,则关于竞争设施将客房全部售出的日期,能够将在对于与其他的住宿设施之间的关系作了考虑的状态下而适宜地做出上升的销售价格,作为建议价格来对于住宿设施侧作提示。

[0022] 另外,在上述收益管理系统中,还可构成为:所述算术装置,在进行所述建议价格的计算时,当基于所述所取得的信息,而检测出所述特定住宿设施的客房剩余数成为了特

定数量以下的情况时,根据在该检测时间点处的所述竞争设施中的顾客评价值为较所述特定住宿设施更低的竞争设施的顾客评价值与所述特定住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度,来将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例做出上升的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

[0023] 若依据此,则关于基于所谓的预约曲线(Booking Curves)等所进行的客房销售价格的设定,能够在对于与竞争设施之间的关系作了考虑的状态下而对于住宿设施侧提示具有竞争力的适当的建议价格。

[0024] 另外,在上述收益管理系统中,还可构成为:所述算术装置执行:作为在所述特定住宿设施处的特定时间段内的客房销售实绩,而将包含有特定服务的住宿方案的销售实绩,从所述网络代理商、所述网站控制器以及所述特定住宿设施的官方WEB网站中的至少其中一个来取得,并基于所取得的销售实绩,来计算出能够将包含有特定服务的住宿方案对于特定属性的顾客而在特定期间内以特定价格来销售出去的可能性的处理;和从所述终端接收预定销售的住宿方案和目标顾客的各个信息,并基于关联于与所接收的所述各个信息所代表的属性相匹配的住宿方案的所计算出的所述可能性,来识别出所述可能性成为特定基准以上的住宿方案及其销售价格的处理;和针对所述所取得的销售实绩所代表的所识别出的住宿方案的销售源头住宿设施的所在地点、和从特定终端接收所指定的指定住宿设施的所在地点,基于预先保持在存储装置中的各个所在地点的价格优势性的信息,来根据所述销售源头住宿设施和所述指定住宿设施之间的价格优势性的偏离幅度与偏离方向,而将使所述住宿方案的所述销售价格以特定比例作了升降的价格,作为在所述指定住宿设施处的所述住宿方案的建议价格而计算出来的处理;和进行对于所述指定住宿设施的终端的所述建议价格的通知、或者是代表对于该网络代理商或者是所述指定住宿设施的官方WEB网站的特定服务器而将所述建议价格作为在该WEB网站上的住宿方案的销售价格的情况的设定指示中的至少一个的处理。

[0025] 若依据此,则能够将作为所谓的热卖商品的销售可能性为高的住宿方案,关于特定的目标地而识别出来,并将该销售价格作为与住宿设施的所在地点相互对应的适当的价格而进行提案。

[0026] 另外,在上述收益管理系统中,还可构成为:所述算术装置,在进行所述建议价格的计算时,执行:基于所述所取得的信息以及关联于该信息所包含的客房销售状况和设施所在地点的各个信息,在顾客评价值为与所述特定住宿设施有特定范围的接近并且位于所述特定住宿设施的特定范围内的距离的竞争设施、或者是从所述终端而受理有指定的竞争设施中,计算出在所有竞争设施中的尚未成为停止销售客房的竞争设施所占的比例的处理;和根据所计算出的比例的大小、和在特定网络代理商的WEB网站处的所述特定住宿设施的销售中客房的直到住宿日为止的剩余天数的大小,若是所述比例为较特定值而越大以及所述剩余天数为较特定值而越少,则将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例作了减少的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来的处理;和根据所计算出的比例的大小、和在特定网络代理商的WEB网站处的所述特定住宿设施的销售中客房的直到住宿日为止的剩余天数的大小,若是所述比例为较特定值而越小以及所述剩余天数为较特定值而

越多,则将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例作了增加的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来的处理。

[0027] 若依据此,则基于在顾客评价为与某一住宿设施相等程度并成为竞争状态并且所在地点为邻近的其他住宿设施(所谓的竞争设施)处的停止销售以及并非为停止销售的各种状况,来判断在网络代理商的WEB网站处的该区域(所在地点)中的需求高低,并根据此信息和直到住宿日为止的剩余天数的多寡,成为能够进行像是当需求为高并且剩余天数为多的情况时则将建议价格提高并当需求为低并且剩余天数为少的情况时则将建议价格降低这样的与实际的需求状况以及销售状况确实地有所对应的销售价格的建议。

[0028] 另外,本发明的收益管理方法,使得具备有通过网络而与其他装置进行通信的通信装置的信息处理装置执行如下处理:将至少包含有关联于特定住宿设施以及所述特定住宿设施以外的其他住宿设施的客房销售价格和顾客评价值的特定信息,每隔特定时间从多个网络代理商中的每一个网络代理商的WEB网站、与所述特定住宿设施建立有契约的网站控制器、以及各住宿设施自身所营运的官方WEB网站中的至少一个来取得的处理;和基于所取得的信息,来针对顾客评价值为与所述特定住宿设施有特定范围的近似的身为竞争设施的其他住宿设施、或者是身为所述特定住宿设施的邻近住宿设施并且为从特定终端而受理有指定的身为竞争设施的其他住宿设施,通过各网络代理商的WEB网站的每一个或者是所述官方WEB网站的每一个,来识别出其客房销售价格,并根据所识别出的竞争设施的顾客评价值与所述特定住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度和偏离方向,来将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例来做出升降的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来的处理;和进行对于所述特定住宿设施的终端的所述建议价格的通知、或者是代表对于所述网络代理商的WEB网站或者是所述特定住宿设施的官方WEB网站的特定服务器而将所述建议价格作为在该WEB网站上的客房销售价格的情况的设定指示中的至少一个的处理。

[0029] 另外,在本发明的收益管理方法中,还可构成为:所述信息处理装置,在取得所述信息时,将包含有关联于所述特定住宿设施以及所述其他住宿设施的客房销售价格和顾客评价值以及推荐顺序的信息,每隔特定时间从多个网络代理商中的每个网络代理商的WEB网站和与所述特定住宿设施建立有契约的网站控制器以及各住宿设施自身所营运的官方WEB网站中的至少一个来取得,在计算所述建议价格时,基于所述所取得的信息,针对顾客评价值或者是推荐顺序为与所述特定住宿设施有特定范围的近似的身为竞争设施的其他住宿设施、或者是身为所述特定住宿设施的邻近住宿设施并且为从特定终端而受理有指定的身为竞争设施的其他住宿设施,通过各网络代理商的WEB网站的每一个或者是所述官方WEB网站的每一个,来识别出其客房销售价格,并根据所识别出的竞争设施的顾客评价值以及推荐顺序与所述特定住宿设施的顾客评价值以及推荐顺序之间的各偏离幅度和各偏离方向,来使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例来做出升降,而计算出所述建议价格。

[0030] 另外,在上述的收益管理方法中,还可构成为:所述信息处理装置还执行:当基于在所述建议价格的通知或者是所述设定指示之后所取得的所述信息而对于所述特定住宿设施的客房销售价格和所述建议价格做出比较,并在检测到客房销售价格被设定为所述建

议价格的情况时,从所述网络代理商、所述网站控制器以及所述特定住宿设施的官方WEB网站中的至少其中一个,来取得在所述特定住宿设施处的特定时间段内的客房销售实绩,并基于所取得的客房销售实绩,来计算出能够在特定期间内将所述特定住宿设施的客房以所述建议价格而销售出去的可能性的处理,在计算所述建议价格时,根据所算出的可能性和特定基准之间的偏离幅度的大小,来将使在网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格作降低的所述特定比例,设为有所增大的值,并将以所述有所增大的特定比例来使所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格作了降低的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

[0031] 另外,在上述的收益管理方法中,还可构成为:所述信息处理装置还执行:经由所述特定住宿设施的终端接收客房销售价格的下限值的指示的处理,在计算所述建议价格时,将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以不会低于所述下限值的范围的特定比例做出降低后的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

[0032] 另外,在上述的收益管理方法中,还可构成为:所述信息处理装置,在进行所述建议价格的计算时,基于所述所取得的信息以及关联于该信息所包含的客房销售状况的信息,在顾客评价值为与所述特定住宿设施最为接近或者是身为所述特定住宿设施的邻近住宿设施并且为从特定终端而受理有指定的最大竞争设施中,识别出会成为停止销售客房的日期,并针对各网络代理商的WEB网站的每一个或者是所述官方WEB网站的每一个,来识别出在所识别出的日期中仍进行有客房销售并且顾客评价值为较所述最大竞争设施而更低的准竞争设施及其客房销售价格,并根据所识别出的准竞争设施的顾客评价值与所述特定住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度,将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述准竞争设施的客房销售价格以特定比例作了上升的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

[0033] 另外,在上述的收益管理方法中,还可构成为:所述信息处理装置,在进行所述建议价格的计算时,当基于所述所取得的信息,而检测出所述特定住宿设施的客房剩余数成为了特定数量以下的情况时,根据在该检测时间点处的所述竞争设施中的顾客评价值为较所述特定住宿设施更低的竞争设施的顾客评价值与所述特定住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度,将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例作了上升的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来。

[0034] 另外,在上述的收益管理方法中,还可构成为:所述信息处理装置执行:作为在所述特定住宿设施处的特定时间段内的客房销售实绩,将包含有特定服务的住宿方案的销售实绩,从所述网络代理商、所述网站控制器以及所述特定住宿设施的官方WEB网站中的至少其中一个来取得,并基于所取得的销售实绩,来计算出能够将包含有特定服务的住宿方案对于特定属性的顾客而在特定期间内以特定价格来销售出去的可能性的处理;和从所述终端接收预定销售的住宿方案和目标顾客的各个信息,并基于关联于与所接收的所述各个信息所代表的属性相匹配的住宿方案的所计算出的所述可能性,来识别出所述可能性成为特定基准以上的住宿方案及其销售价格的处理;和针对所取得的销售实绩所代表的所识别出的住宿方案的销售源头住宿设施的所在地点、和从特定终端接收所指定的指定住宿设施的

所在地点,基于预先保持在存储装置中的各个所在地点的价格优势性的信息,来根据所述销售源头住宿设施和所述指定住宿设施之间的价格优势性的偏离幅度与偏离方向,而将使所述住宿方案的所述销售价格以特定比例作了升降的价格,作为在所述指定住宿设施处的所述住宿方案的建议价格而计算出来的处理;和进行对于所述指定住宿设施的终端的所述建议价格的通知、或者是代表对于该网络代理商或者是所述指定住宿设施的官方WEB网站的特定服务器而将所述建议价格作为在该WEB网站上的住宿方案的销售价格的情况的设定指示中的至少一个的处理。

[0035] 另外,在上述的收益管理方法中,还可构成为:所述信息处理装置,在进行所述建议价格的计算时,执行:基于所述所取得的信息以及关联于该信息所包含的客房销售状况和设施所在地点的各个信息,在顾客评价值为与所述特定住宿设施有特定范围的接近并且位于所述特定住宿设施的特定范围内的距离的竞争设施、或者是从所述终端而受理有指定的竞争设施中,计算出在所有竞争设施中的尚未成为停止销售客房的竞争设施所占的比例的处理;和根据所述所计算出的比例的大小、和在特定网络代理商的WEB网站处的所述特定住宿设施的销售中客房的直到住宿日为止的剩余天数的大小,若是所述比例为较特定值而越大以及所述剩余天数为较特定值而越少,则将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例作了减少的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来的处理;和根据所述所计算出的比例的大小、和在特定网络代理商的WEB网站处的所述特定住宿设施的销售中客房的直到住宿日为止的剩余天数的大小,若是所述比例为较特定值而越小以及所述剩余天数为较特定值而越多,则将使在该网络代理商的WEB网站或者是所述官方WEB网站处的所述特定住宿设施或者是所述竞争设施的客房销售价格以特定比例作了增加的价格,作为对于所述特定住宿设施的建议价格而计算出来的处理。

[0036] 发明效果

[0037] 根据本发明,能够有效率地实行伴随着在多个渠道中的客房销售所产生的具备竞争力的确实的价格设定。

## 附图说明

[0038] 图1是对于包含有本发明实施例的收益管理系统的网络构成示例的示意图。

[0039] 图2是对于本发明实施例的收益管理系统的硬件构成示例的示意图。

[0040] 图3是对于在本发明实施例中的发表信息表的数据构造示例的示意图。

[0041] 图4是对于在本发明实施例中的销售实绩表的数据构造示例的示意图。

[0042] 图5是对于在本发明实施例中的住宿方案销售实绩表的数据构造示例的示意图。

[0043] 图6是对于在本发明实施例中的价格优势表的数据构造示例的示意图。

[0044] 图7是对于本发明实施例的收益管理方法的处理程序例1作展示的流程图。

[0045] 图8是对于本发明实施例的收益管理方法的处理程序例2作展示的流程图。

[0046] 图9是对于本发明实施例的收益管理方法的处理程序例3作展示的流程图。

[0047] 图10是对于本发明实施例的收益管理方法的处理程序例4作展示的流程图。

[0048] 图11是对于本发明实施例的收益管理方法的处理程序例5作展示的流程图。

[0049] 图12是对于在本发明实施例的收益管理方法中的建议价格计算规则的示例的示

意图。

## 具体实施方式

### [0050] ——系统构成——

[0051] 以下,使用附图,对本发明的实施形态作详细说明。图1是包含有本发明实施例的收益管理系统100的网络构成例的示意图。图1中所示的收益管理系统100是能够有效率地实行伴随着在多个渠道中的客房销售所产生的具备竞争力的确实的价格设定的计算机系统。

[0052] 这里,本发明实施例的收益管理系统100将从处理结果所得到的建议价格作提示的对象,是为了享受到由该收益管理系统100所致服务提供而进行了契约的某一住宿提供商(住宿设施终端400)。故而,收益管理系统100经由网络20而与此住宿提供商所具备的住宿设施终端400可通信地作连接。另外,上述住宿提供商,假设是为了将自身的住宿设施的客房库存全部售出,而并不仅是通过在自己公司的WEB服务器500上所运用的自己公司的WEB网站或电话受理之类的自身公司渠道,且还与进行在因特网上的代理销售的多个网络代理商200缔结契约而对于各个网络代理商200委托有自身的住宿设施的客房库存者。因此,在随后的内容中,收益管理系统100在进行各种处理时而作为主要的对象来处理者,假设是上述住宿提供商的“自身住宿设施”。

[0053] 另外,上述住宿提供商进行有在每一定的时间中而对于契约中的各个网络代理商200的销售状况进行确认,并接收经由此所得知的各个网络代理商的销售状况,而自动实行该住宿提供商的客房库存调整的所谓网站控制器300的利用。故而,本发明实施例的收益管理系统100,经由网络20而至少与多个网络代理商200和网站控制器300以及住宿设施终端400作连接。另外,各个住宿提供商为了对于自己公司的官方WEB网站作利用所具备的WEB服务器,与网络20作连接,收益管理系统100还与这些WEB服务器作连接。其中,对于上述关联于自身住宿设施的官方WEB网站作运用的服务器是自己公司的WEB服务器500,对于其他公司的官方WEB网站作运用的服务器是其他公司的WEB服务器600。另外,网站控制器与渠道管理器同义(以下也一样)。

[0054] 当然的,除此之外,还能够与被称作PMS(Property Management System)的担负像是在住宿设施处的客房的预约、客房管理、费用请求一般的一连串的业务处理的住宿设施的基础系统作连接。于此情况,收益管理系统100还可将从网站控制器300而关联于本发明实施例的处理所得到的信息,构成为从此PMS来取得的信息。另外,收益管理系统100还可构成为包含有上述多个网络代理商200和网站控制器300和住宿设施终端400以及PMS(未图示)中的至少多个网络代理商200和网站控制器300。

[0055] 接着,针对上述之收益管理系统100的硬件构成例作说明。图2是对于本发明实施例的收益管理系统100的硬件构成例的示意图。在本发明实施例中的收益管理系统100例如可认为是服务器装置。另外,在本发明实施例中,为了将说明简化,而将收益管理系统100作为单体的装置来展示,但是还可以针对必要的功能的每一个而分别设置服务器并使这些相互协同动作。

[0056] 此种收益管理系统100将由硬盘或SSD(Solid State Drive)等非易失性存储元件所构成的存储装置101、由RAM(Random Access Memory)等之易失性存储元件所构成之存储

器103、CPU等的算术装置104、NIC(Network Interface Card)等的通信装置105,经由内部BUS来相互作用连接而构成。

[0057] 其中,在存储装置101中,至少存储有发表信息表125、销售实绩表126、住宿方案销售实绩表127以及价格优势表128。关于这些表125~128的数据构成例的详细内容将在后面描述。

[0058] 此种收益管理系统100,成为使算术装置104将被储存在上述存储装置101中的程序102读出至存储器103中并实行,而安装必要的功能。但是,这些各功能,还可经由电子电路等的硬件来实现。

[0059] ---功能构成例---

[0060] 接着,针对收益管理系统100的例如基于程序102所构成、保持的功能作说明。本发明实施例的收益管理系统100,具备有将关联于上述自身住宿设施以及其他住宿提供商的住宿设施、也就是说其他住宿设施的在多个网络代理商200(上述住宿提供商所缔结契约者)的各个WEB网站处的至少包含有客房销售价格和顾客评价值的特定信息,在每特定时间而从该WEB网站、与自身住宿设施缔结有契约的网站控制器300、以及各个住宿设施自身所营运的官方WEB网站所使用的WEB服务器500、600的至少一者而取得,并将此储存在存储装置101的发表信息表125中的功能。收益管理系统100,在进行此种从网络代理商200的WEB网站或上述官方WEB网站而来的信息取得时,只要构成为预先在该WEB网站处配置数据收集用机器人或者是代理程序,并收集从该些所上传的数据即可。或者是,收益管理系统100,还可对于该WEB网站进行存取而读取源头,并从该源头中而取得预先所认识的隶属于特定卷标下的数据等。

[0061] 另外,收益管理系统100具备有基于如同上述一般地而取得并储存在发表信息表125中的信息,来针对顾客评价值为与自身住宿设施有特定范围的接近的身为竞争设施的其他住宿提供商的住宿设施(以下,称作其他住宿设施)或者是身为存在于上述自身住宿设施的特定距离内的邻近住宿设施并且为从住宿设施终端400作为竞争设施而受理有指定的其他住宿设施,来针对各个网络代理商200的WEB网站的每一者或者是上述官方WEB网站的每一者,来识别出对于其的客房销售价格,并根据该识别出的竞争设施的顾客评价与自身住宿设施的顾客评价之间的偏离幅度和偏离方向(竞争设施是高于自身住宿设施的方向或者是低于自身住宿设施的方向),来将使在该网络代理商200的WEB网站或者是上述官方WEB网站处的自身住宿设施或者是上述竞争设施的客房销售价格以特定比例作了升降的价格,作为对于自身住宿设施的建议价格而计算出来的功能。

[0062] 另外,收益管理系统100具备有经由通信装置105而进行对于住宿设施终端400的上述的建议价格的通知、或者是进行对于对该网络代理商200的WEB网站或者是上述自身住宿设施的官方WEB网站进行运用的特定服务器而通知关于将上述建议价格设为在该WEB网站处的客房销售价格的情况的设定指示,此两者中的至少其中一个的功能。因此,收益管理系统100还可构成为对于网络代理商200或者是上述自身住宿设施所提供的WEB网站的运用服务器,而预先保持对于该客房的销售价格作设定的算法。

[0063] 另外,收益管理系统100还可构成为:具备有在取得至少包含有上述客房销售价格和顾客评价值的特定信息时,将关联于自身住宿设施以及上述其他住宿设施的包含有客房销售价格和顾客评价以及推荐顺序的信息,在每特定时间而从多个网络代理商200中的

每一个的WEB网站、与自身住宿设施缔结有契约的网站控制器300、以及各个住宿设施自身所营运的官方WEB网站,这些中的至少一个而取得之,并储存在存储装置101的发表信息表125中的功能。

[0064] 于此情况,收益管理系统100具备有:在进行上述建议价格的计算时,基于如同上述一般地而取得的包含有客房销售价格、顾客评价值以及推荐顺序的信息,来针对顾客评价值或者是推荐顺序为与自身住宿设施有特定范围的接近的身为竞争设施的其他住宿设施或者是身为自身住宿设施的邻近住宿设施并且为从住宿设施终端400而受理有指定的身为竞争设施的其他住宿设施,来针对各个网络代理商200的WEB网站的每一者或者是上述之官方WEB网站的每一者,来识别出其的客房销售价格,并根据该识别出的竞争设施的顾客评价值以及推荐顺序与自身住宿设施的顾客评价值以及推荐顺序之间的各个偏离幅度和各个偏离方向,来将使在该网络代理商200的WEB网站或者是上述官方WEB网站处的自身住宿设施或者是竞争设施的客房销售价格以特定比例做出升降的价格,作为建议价格而计算出来的功能。

[0065] 另外,收益管理系统100具备有当基于在上述的建议价格的通知或者是设定指示之后所取得了上述包含有客房销售价格和顾客评价值的信息,来将自身住宿设施的客房销售价格和建议价格做出比较,并检测出客房销售价格被设定为上述建议价格的情况时,从网络代理商200、网站控制器300以及自身住宿设施的官方WEB网站中的至少其中一个,来取得在所述特定住宿设施处的特定时间段内的客房销售实绩,并基于该所取得了的客房销售实绩,来计算出能够在特定期间内而将该住宿设施的客房以建议价格而销售出去的可能性的功能。

[0066] 另外,收益管理系统100,在计算上述建议价格时,根据上述所算出的可能性和特定基准间的偏离幅度的大小,来将使在该网络代理商200的WEB网站或者是上述官方WEB网站处的自身住宿设施或者是竞争设施的客房销售价格做出降低的特定比例,设为有所增大的值,并将以有所增大的特定比例来使自身住宿设施或者是竞争设施的客房销售价格作了降低的价格,作为对于自身住宿设施的建议价格而计算出来的功能。

[0067] 另外,收益管理系统100具备有经由住宿设施终端400而受理客房销售价格的下限值的指定的功能。于此情况,收益管理系统100,在计算上述建议价格时,具备有将使在该网络代理商200的WEB网站或者是上述官方WEB网站处的自身住宿设施或者是竞争设施的客房销售价格以不会低于上述下限值的范围的特定比例作了降低后的价格,作为对于自身住宿设施的建议价格而计算出来的功能。

[0068] 另外,收益管理系统100具备有:在进行上述建议价格的计算时,基于上述所取得的包含客房销售价格和顾客评价值的信息、以及关联于该信息所包含的客房销售状况的信息,来识别出顾客评价值为与自身住宿设施最为接近或者是身为自身住宿设施的邻近住宿设施并且为从住宿设施终端400而受理有指定的最大竞争设施,并在存储装置101的发表信息表125和该网络代理商200的WEB网站以及各住宿设施的官方WEB网站的任一个中,识别出在此最大竞争设施中会成为停止销售客房的日期,并针对各个网络代理商200的WEB网站的每一个或者是上述官方WEB网站的每一个,来识别出在所识别出的该日期中仍进行有客房销售并且顾客评价值为较最大竞争设施而更低的准竞争设施及其的客房销售价格,并根据该识别出的准竞争设施的顾客评价值与自身住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度,来将

使在该网络代理商200的WEB网站或者是上述官方WEB网站处的自身住宿设施或者是准竞争设施的客房销售价格以特定比例作了上升的价格,作为对于自身住宿设施的建议价格而计算出来的功能。

[0069] 另外,收益管理系统100具备有:在进行上述建议价格的计算时,当基于从网络代理商200的WEB网站乃至销售实绩表126所取得的信息,而检测出自身住宿设施的客房剩余数成为了特定数量以下的情况时,根据在该检测时间点处的竞争设施中的顾客评价价值为较自身住宿设施更低的竞争设施的顾客评价价值与自身住宿设施的顾客评价价值之间的偏离幅度,来将使在该网络代理商200的WEB网站或者是上述官方WEB网站处的自身住宿设施或者是竞争设施的客房销售价格以特定比例作了上升的价格,作为对于自身住宿设施的建议价格而计算出来的功能。

[0070] 另外,收益管理系统100具备有:从网络代理商200、网站控制器300以及自身住宿设施的官方WEB网站中的至少其中一个,作为在自身住宿设施处的特定时间段内的客房销售实绩,而取得包含特定服务的住宿方案的销售实绩,并将此储存在住宿方案销售实绩表127中,且基于在该住宿方案销售实绩表127中所储存的销售实绩,来计算出能够将包含特定服务的住宿方案对于特定属性的顾客而在特定期间内以特定价格而销售出去的可能性的功能。

[0071] 另外,收益管理系统100具备有:从住宿设施终端400而接收预定销售的住宿方案和目标顾客的各信息,并基于针对与该接收到的各信息所代表的属性相匹配的住宿方案而如同上述一般所计算出来的可能性,来将该可能性成为特定基准以上的住宿方案及其销售价格识别出来的功能。

[0072] 另外,收益管理系统100具备有:针对上述所取得了的销售实绩所代表的如同上述一般所识别出来的住宿方案的销售源头住宿设施的所在地点、和由住宿设施终端400所指定了的指定住宿设施的所在地点,而基于预先保持在存储装置101中的价格优势表128,来根据销售源头住宿设施和上述指定住宿设施之间的价格优势的偏离幅度以及偏离方向,而将使住宿方案的销售价格以特定比例作了升降的价格,作为在上述指定住宿设施处的住宿方案的建议价格而计算出来的功能。

[0073] 另外,收益管理系统100具备有进行对于住宿设施终端400的建议价格的通知、或者是进行对于对该网络代理商200的WEB网站或者是自身住宿设施的官方WEB网站的特定服务器而通知关于将建议价格设为在该WEB网站处的该住宿方案的销售价格的情况的设定指示,此两者中的至少其中一个的功能。---数据构造例---

[0074] 接着,针对本发明实施例的收益管理系统100所利用的表等的的数据构造例作说明。图3是对于在本发明实施例中的发表信息表125的数据构造示例的示意图。发表信息表125是储存关联于自身住宿设施以及自身住宿设施以外的其他住宿设施的所在地点、在多个网络代理商200的每个的WEB网站或者是该住宿设施的官方WEB网站处的客房销售价格、顾客评价价值、身为推荐顺序的顺序或人气度(均为依据在该网络代理商处的特定的算法而被定期性决定、更新)、以及售完的各信息的表,并例如成为以住宿设施ID作为检索键而将像是该住宿设施的所在地点以及身为营运者的住宿提供商、其官方WEB网站的URL、委托有该住宿设施的客房销售的网络代理商的ID、该网络代理商所提供的客房销售用的WEB网站URL、该WEB网站(官方WEB网站或者是网络代理商的WEB网站中的成功取得了信息者)处的客房销

售价格、对于该住宿设施的顾客评价值、在最近的特定期间中的推荐顺序、以及代表现在于该住宿设施处的客房已成为售完状态的情况的售完旗标之类的值,在对象期间中而附加有对应的记录的集合体。

[0075] 另外,图4是对于在本发明实施例中的销售实绩表126的数据构造示例的示意图。此销售实绩表126,是储存有在自身住宿设施处的特定时间段内的客房销售价格、销售实绩、客房库存残量的各信息的表,例如,成为将对象期间、在该对象期间中的客房销售价格、在该价格下的销售实绩、以及客房库存残量的各值附加有对应的记录的集合体。

[0076] 另外,图5是对于在本发明实施例中的住宿方案销售实绩表127的数据构造示例的示意图。此住宿方案销售实绩表127,成为作为在自身住宿设施处的特定时间段内的客房销售实绩而储存有包含特定服务的住宿方案的销售实绩和身为该住宿方案的销售目标的顾客的属性的表,并例如成为将对象期间、在该对象期间中的住宿方案的销售价格、销售实绩、该住宿方案的顾客属性(例如,性别、年龄层等)之类的各值附加有对应的记录的集合体。

[0077] 另外,图6是对于在本发明实施例中的价格优势表128的数据构造示例的示意图。此价格优势表128是储存有住宿设施的所在地点的不同价格优势性的信息的表,例如,成为以地区名称作为检索键,并将与当住宿设施为位于该区域中的情况时的价格优势性有所对应的相同评价(例如,成为住宿设施的级别的星级数目、在网络代理商的WEB网站处的顾客评价值等)的住宿设施间的从平均销售价格所增加的金额或减少的金额附加有对应的记录的集合体。

[0078] ---处理程序例1---

[0079] 以下,针对在本发明实施例的收益管理方法的实际处理程序,根据图面来作说明。与以下所说明的收益管理方法相对应的各种动作,经由被读出至收益管理系统100的存储器103中并实行的程序102而实现。另外,此程序102由用以进行以下所说明的各种动作的程序代码所构成。

[0080] 图7是对于本发明实施例的收益管理方法的处理流程例1作展示的流程图。于此情况,收益管理系统100关于契约中的住宿设施(自身住宿设施)和与其相互竞争的其他住宿设施,而在例如每30分钟或者是每小时的每特定时间中,将在网络代理商200所提供的客房销售用的WEB网站处的发表信息,从各网络代理商200或者是对应于在这些各网络代理商200处的客房销售状况而进行库存管理的网站控制器300而取得,并储存在存储装置101的发表信息表125中(S100)。另外,在后续的说明中,以能够从网络代理商200乃至网站控制器300而取得所需的信息的情况作为前提。但是,在并无法从网络代理商200乃至网站控制器300而取得所需的信息的状况下,假设作为收益管理系统100所具备的功能,而如同上述一般地从对于各住宿设施的官方WEB网站做运用的WEB服务器500、600来进行信息的取得(以下,也为相同)。当然的,还可将双方的信息取得手法作适当的组合。

[0081] 这里,被储存在发表信息表125中的信息的具体例,如同图3中所例示一般,成为身为该住宿设施的辨识信息的住宿设施ID、对象期间(身为信息取得时序之间的发表信息的取得期间)、网络代理商的ID、WEB网站URL、在该WEB网站处之于该对象期间中的客房销售价格、对于该住宿设施的该对象期间的顾客评价值、在该对象期间中的推荐顺序、代表现在在该住宿设施处的客房已成为售完状态的情况的售完旗标、以及客房库存残量,这些的各值。

其中,销售实绩以及客房库存残量的各值,也会有并未被发表在上述网络代理商200的WEB网站中的情况。于此情况,收益管理系统100对于针对在各网络代理商200处的销售状况进行管理的网站控制器300或者是网络代理商200的特定服务器进行询问,并取得该数据。当然的,假设在收益管理系统100和网络代理商200以及网站控制器300之间,预先缔结有容许数据授受进行的契约。

[0082] 如同上述一般地而产生发表信息表125并在每一定时间而进行更新的收益管理系统100,在某一时序处,从正在上述自身住宿设施处而被作运用的住宿设施终端400而受理有客房销售价格的下限值的指定,并将此下限值与上述自身住宿设施之ID附加有对应地而保持在存储器103中(S101)。

[0083] 之后,收益管理系统100例如受理从住宿设施终端400而来的指示、或者是检测到预先所被规定的特定时期的到来,而针对从发表信息表125所读取而得到了的关联于上述自身住宿设施以及其他住宿设施的顾客评价值以及推荐顺序的各值,来识别出顾客评价值为与自身住宿设施以特定范围而接近的身为竞争设施的其他住宿设施(S102)。另外,在该步骤S102中,收益管理系统100还可从住宿设施终端400而受理竞争设施的指定。

[0084] 例如,当自身住宿设施的顾客评价值为“4.8”,推荐顺序为“第2”的情况时,将顾客评价值为落在此顾客评价值“4.8”的正负0.2的幅度、也就是说落在“4.6”~“5.0”的范围内,并且推荐顺序为落在推荐顺序“第2”的正负2的幅度、也就是说落在“第1”~“第4”的范围内的其他住宿设施,作为竞争设施而识别出来。另外,收益管理系统100,在此步骤S102中,还可构成为再度实行上述步骤S100并取得顾客评价值以及推荐顺序的各值。

[0085] 接着,收益管理系统100,针对关联于上述竞争设施所得到的在各网络代理商200的WEB网站处的顾客评价值以及推荐顺序、和从发表信息表125所取得的自身住宿设施的顾客评价值以及推荐顺序,而算出两者间的各偏离幅度和各偏离方向(S103)。

[0086] 例如,当自身住宿设施的顾客评价值为“4.8”,推荐顺序为“第2”的情况时,假设在上述之步骤S102中,识别出3个的顾客评价值为落在此顾客评价值“4.8”的正负0.2的幅度、也就是说落在“4.6”~“5.0”的范围内,并且推荐顺序为落在“第2”的上下2的幅度、也就是说落在“第1”~“第4”的范围内的竞争设施。此3个的竞争设施的顾客评价值以及推荐顺序,假设分别成为:最大竞争设施:顾客评价值“4.9”、推荐顺序“第1”;准竞争设施:顾客评价值“4.7”、推荐顺序“第3”;准竞争设施:顾客评价值“4.6”、推荐顺序“第4”。

[0087] 于此情况,收益管理系统100作为关联于最大竞争设施的偏离幅度,而识别出顾客评价值: $4.9-4.8=0.1$ ;推荐顺序:第2-第1=1,并作为偏离方向,而由于不论是在顾客评价值或者是推荐顺序上均以最大竞争设施为较高,因此将偏离方向识别为负。同样的,收益管理系统100作为关联于其中一方的准竞争设施的偏离幅度,而识别出顾客评价值: $4.8-4.7=0.1$ ;推荐顺序:第3-第2=1,并作为偏离方向,而由于不论是在顾客评价值或者是推荐顺序上均以自身竞争设施为较高,因此将偏离方向识别为正,同时,作为关联于另外一方的准竞争设施的偏离幅度,而识别出顾客评价值: $4.8-4.6=0.2$ ;推荐顺序:第4-第2=2,并作为偏离方向,而由于不论是在顾客评价值或者是推荐顺序上均以自身竞争设施为较高,因此将偏离方向识别为正。

[0088] 另外,收益管理系统100,假设是预先从住宿设施终端400而受理有当能够识别出多个竞争设施的情况时关联于各竞争设施的加权值的指定,并将此保持在存储器103中。例

如,在存储器103中,关联于最大竞争设施、也就是说关联于竞争度为第1大的其他住宿设施,而保持有加权1.0、并关联于准竞争设施、也就是说关联于竞争度为第2大的其他住宿设施,而保持有加权0.5、且关联于下一个准竞争设施、也就是说关联于竞争度为第3大的其他住宿设施,而保持有加权0.2、等等之值。

[0089] 于此情况,收益管理系统100,将关联于顾客评价值的综合偏离幅度,如同 $0.1$ (与最大竞争设施间的偏离幅度(顾客评价值)) $\times 1.0 + 0.1$ (与其中一方的准竞争设施间的偏离幅度(顾客评价值)) $\times 0.5 + 0.2$ (与另外一方的准竞争设施间的偏离幅度(顾客评价值)) $\times 0.2 = 0.1 + 0.05 + 0.04 = 0.19$ ,而计算出来。

[0090] 另外,同样的,将关联于推荐顺序的综合偏离幅度,如同 $1$ (与最大竞争设施间的偏离幅度(推荐顺序)) $\times 1.0 + 1$ (与其中一方的准竞争设施间的偏离幅度(推荐顺序)) $\times 0.5 + 2$ (与另外一方的准竞争设施间的偏离幅度(推荐顺序)) $\times 0.2 = 1.0 + 0.5 + 0.4 = 1.9$ ,而计算出来。

[0091] 另外,收益管理系统100,假设从住宿设施终端400而将对于顾客评价值和推荐顺序的重视程度预先指定为顾客评价值:推荐顺序 $= 10:0.2$ ,并将此保持在存储器103中。于此情况,收益管理系统100将自身住宿设施和竞争设施间的综合偏离幅度,如同 $0.19 \times 10 + 1.9 \times 0.2 = 1.9 + 0.38 = 2.28$ ,而计算出来。

[0092] 另外,收益管理系统100,当与最大竞争设施间的偏离方向是负,与其中一方的准竞争设施间的偏离方向是正,与另外一方的准竞争设施间的偏离方向是正的情况时,可判定偏离方向为正的竞争设施为较多,并将综合偏离方向判定为正。

[0093] 接续于上述之步骤S103,收益管理系统100,根据如同上述一般所计算出的偏离幅度和偏离方向,而使在各网络代理商200的WEB网站或者是官方WEB网站处的例如自身住宿设施的客房销售价格以不会低于上述下限值的范围的特定比例来作升降,并计算出建议价格(S104)。

[0094] 例如,当综合偏离幅度为“2.28”,综合偏离方向为正,并且将每单位偏离幅度的客房销售价格的增减率制定为5%(收益管理系统100从住宿设施终端400而受理指定并保持在存储器103乃至存储装置101中)的情况时,若是在某一网络代理商200的WEB网站处的自身住宿设施的客房销售价格是“25000日元”,则收益管理系统100将建议价格计算为 $25000 \times ((2.28 \times 5/100) + 1) = 27850$ 日元。

[0095] 另外,例如,当综合偏离幅度为“1.5”,综合偏离方向为负,并且将每单位偏离幅度的客房销售价格的增减率制定为5%的情况时,若是在某一网络代理商200的WEB网站处的自身住宿设施的客房销售价格是“25000日元”,则收益管理系统100将建议价格计算为 $25000 \times (1 - (1.5 \times 5/100)) = 23125$ 日元。但是,假设若是上述的客房销售价格的下限值例如是23200日元,则将所计算出的建议价格“23125日元”修正为“23200日元”。

[0096] 另外,使价格作增减的基准,还可并非为自身住宿设施的客房销售价格,而是采用例如在竞争设施间而作了平均的客房销售价格。

[0097] 接着,收益管理系统100,将在上述之步骤S104中所计算出的建议价格通知至住宿设施终端400(S105)。或者是,收益管理系统100构成为对于该网络代理商200的特定服务器或者是自身住宿设施的官方WEB网站的服务器,而发出要求将所计算出的建议价格作为在该WEB网站处的客房销售价格而设定的指示。

[0098] 之后,收益管理系统100,在上述建议价格的通知或者是上述的对于服务器的设定指示之后的时序处,再度实行上述步骤S100,并基于经由此所取得了的关联于成为建议价格的对象的自身住宿设施的客房销售价格的信息,来将自身住宿设施的客房销售价格成为与上述建议价格相同、也就是说客房销售价格被设定为建议价格的情况检测出来(S106),并从网络代理商200或网站控制器300(当然的,还可从官方WEB网站)来取得在所述特定住宿设施处的特定时间段内的客房销售实绩,再基于该所取得了的客房销售实绩,来计算出能够在特定期间内而将该住宿设施的客房以建议价格而销售出去的可能性(S107)。

[0099] 例如,收益管理系统100,当在上述自身住宿设施处的最近1个月的客房销售实绩为展现有将在该期间中所有的客房库存100间之中的90间以建议价格“27850日元”来完成了销售的情况时,将在此最近1个月中而能够将自身住宿设施的客房以建议价格“27850日元”来售出的可能性,计算为75%。或者是,当在上述自身住宿设施处的最近1个月的客房销售实绩为展现有将在该期间中的所有的客房库存100间之中的75间以建议价格“23200日元”来完成了销售的情况时,将在此最近1个月中而能够将自身住宿设施的客房以建议价格“23200日元”来售出的可能性,计算为95%。

[0100] 接着,收益管理系统100,根据在上述步骤S107中所算出的可能性和特定基准之间的偏离幅度的大小,来识别出在后续的建议价格计算时的从成为价格增减对象的基准价格(自身住宿设施或竞争设施的客房销售价格)起的降低比例,并在存储器103乃至在存储装置中,与该网络代理商200以及该住宿设施附加有对应地来作储存(S108)。例如,当在上述步骤S107中所计算出的可能性为75%,而特定基准为80%(也就是说所期待的最低限度的销售可能性)的情况时,收益管理系统100,将这些之间的偏离幅度计算为5%,另外,若是将此偏离幅度的每单位值的系数设为0.8,则将上述降低比例计算为 $5 \times 0.8 = 4\%$ 。

[0101] 在步骤S108之后,再度开始上述步骤S100~S103的处理,在实行建议价格的计算的处理时,收益管理系统100,将在步骤S108中所保持在存储器103等中的降低比例的值,关联于在该网络代理商200处的自身住宿设施地而读出,并在与步骤S104中的偏离幅度和偏离方向相对应的特定比例上,加算上此降低比例的值而使其增大,且使在该网络代理商200的WEB网站或者是官方WEB网站处的自身住宿设施的客房销售价格,以作了增大的特定比例来降低,并计算出建议价格(S109)。也就是说,针对设定了销售可能性为低的建议价格的住宿设施,在下一次的对于建议价格作计算时,以与和所期望的销售可能性之间的差异有所对应的降低率做出降价,而使销售可能性成为更加确实。

[0102] 之后,收益管理系统100,从此步骤S109的处理而回到步骤S106的处理,并反复实行一连串的步骤S106~S109。

[0103] ---处理程序例2---

[0104] 接着,针对当在竞争设施处发生有售完状态的情况时的建议价格的计算处理作说明。图8是对于本发明实施例的收益管理方法的处理流程例2作展示的流程图。于此情况,收益管理系统100针对顾客评价值为与上述自身住宿设施最为接近或者是身为自身住宿设施的邻近设施并且为从住宿设施终端400而受理了指定的最大竞争设施,来将成为客房停止销售的日期、也就是说售完旗标为被设定为“1”的日期,从存储装置101的发表信息表125乃至该网络代理商200的WEB网站或者是该住宿设施的官方WEB网站而识别出来(S200)。

[0105] 接着,收益管理系统100将在该识别出来的该日期中仍进行有客房销售的顾客评

价值为较最大竞争设施更低的准竞争设施及其客房销售价格,在各网络代理商200的WEB网站或者是该住宿设施的官方WEB网站的每一个处而识别出来(S201)。

[0106] 例如,将在“5月31号”时仍进行有客房销售,并且顾客评价值是较最大竞争设施的“○○饭店”的顾客评价值“4.9”更低的“4.6”的准竞争设施“○○观光饭店”、及其客房销售价格“18000日元”,在网络代理商“○○旅游销售”的WEB网站处而识别出来。

[0107] 另外,收益管理系统100计算出在步骤S201中所识别出的准竞争设施的顾客评价值和自身住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度(S202),并将根据此偏离幅度而使在该网络代理商200的WEB网站或者是官方WEB网站处的自身住宿设施或者是准竞争设施的客房销售价格以特定比例来作了上升后的价格,作为对于自身住宿设施的建议价格而计算出来(S203)。

[0108] 例如,收益管理系统100计算出在步骤S201中所识别出的准竞争设施“○○观光饭店”的顾客评价值“4.6”和自身住宿设施的顾客评价值“4.8”之间的偏离幅度“0.2”,并预先得到对此偏离幅度“0.2”而乘上了特定系数“10%”后的乘算值“2%”,再将使在该网络代理商“○○旅游销售”的WEB网站处的自身住宿设施的客房销售价格“24000日元”以特定比例“2%”来作了增加后的价格“24480日元”,作为对于自身住宿设施的建议价格而计算出来。

[0109] 也就是说,在最大竞争设施成为售完的状况下,对于邻近乃至于同等级别的住宿设施之间的关系作考虑地,来使自身住宿设施的客房销售价格适宜上升,而能够以良好的效率来确保利益。

[0110] ---处理程序例3---

[0111] 接着,针对根据在网络代理商200处的销售客房剩余数来计算建议价格的处理作说明。图9是对于本发明实施例的收益管理方法的处理流程例3作展示的流程图。

[0112] 于此情况,收益管理系统100从网络代理商200的WEB网站乃至于销售实绩表126,而检测出自身住宿设施的客房剩余数成为了特定数量以下的情况(S300),并计算出在该检测时间点时处的竞争设施中的顾客评价值为较自身住宿设施更低的竞争设施的顾客评价值与自身住宿设施的顾客评价值之间的偏离幅度(S301)。

[0113] 例如,收益管理系统100检测出自身住宿设施的客房剩余数成为了特定数量“10间”以下的情况,并计算出在该检测时间点时处的竞争设施中的顾客评价值为相比自身住宿设施的顾客评价值“4.8”更低的竞争设施的顾客评价值“4.6”与自身住宿设施的顾客评价值“4.8”之间的偏离幅度“0.2”。

[0114] 另外,收益管理系统100将根据上述偏离幅度而使在该网络代理商200的WEB网站或者是官方WEB网站处的自身住宿设施或者是竞争设施的客房销售价格以特定比例做出上升后的价格,作为对于自身住宿设施的建议价格而计算出来(S302)。

[0115] 例如,收益管理系统100预先计算出对上述偏离幅度“0.2”而乘上了特定系数“10%”后的乘算值“2%”,再将使在该网络代理商200的WEB网站处的自身住宿设施的客房销售价格“18000日元”作了“2%”的上升后的价格“18360日元”,作为对于自身住宿设施的建议价格而计算出来。

[0116] ---处理程序例4---

[0117] 接着,针对当进行住宿方案的建议价格计算的情况时的处理作说明。图10是对于本发明实施例的收益管理方法的处理流程例4作展示的流程图。于此情况,收益管理系统

100从网络代理商200或是网站控制器300(或者是官方WEB网站),来作为在自身住宿设施以及竞争设施处的特定时间段内的客房销售实绩,而取得包含特定服务的住宿方案的销售实绩,并将此储存在住宿方案销售实绩表127中(S400)。

[0118] 接着,收益管理系统100如同上述一般地基于在住宿方案销售实绩表127中所储存的销售实绩,来计算出能够将包含特定服务的住宿方案对于特定属性的顾客而在特定期间内以特定价格而销售出去的可能性(S401)。

[0119] 例如,收益管理系统100,假设在最近1个月内,将“附加有延长退房和按摩服务的悠闲女性聚会方案”的住宿方案以“19800日元”而对于20~29岁的女性售出了50个(各网络代理商的总计)。另外,假设此住宿方案的总库存数量是65个。于此情况,可以计算出,在最近1个月内的该住宿方案的销售可能性,对于20~29岁女性而言为 $(50/65) \times 100 = 77\%$ 。

[0120] 另外,同样的,收益管理系统100,假设在最近1个月内,将“附加有提前入住和欢迎饮料的女性聚会方案”的住宿方案以“21000日元”而对于20~29岁的女性售出了40个(各网络代理商的总计)。另外,假设此住宿方案的总库存数量是65个。于此情况,可以计算出,在最近1个月内的该住宿方案的销售可能性,对于20~29岁女性而言为 $(40/65) \times 100 = 62\%$ 。

[0121] 接着,收益管理系统100,从住宿设施终端400而接收预定销售的住宿方案和目标顾客的各信息,并基于针对与该接收到的各信息所代表的属性相匹配的住宿方案而如同上述一般所计算出来的可能性,来将该可能性成为特定基准以上的住宿方案及其销售价格识别出来(S402)。

[0122] 例如,收益管理系统100,假设作为预定销售的住宿方案和目标顾客的各信息,而从住宿设施终端400接收了:住宿方案:“女性聚会方案”、目标顾客:“20~29岁女性”。收益管理系统100将与于此所接收的各信息所代表的属性相匹配的住宿方案、也就是说将包含有“女性聚会方案”的关键词并且主要的销售目标为“20~29岁女性”的上述“附加有延长退房和按摩服务的悠闲女性聚会方案”以及“附加有提前入住和欢迎饮料的女性聚会方案”的两个的住宿方案识别出来,并识别出这些各个住宿方案的对于20~29岁女性的销售可能性分别为“77%”、“62%”,而特定基准“70%”以上的住宿方案是“附加有延长退房和按摩服务的悠闲女性聚会方案”,并且其销售价格为“19800日元”。也就是说,成为将作为“女性聚会方案”而对于20~29岁女性而言为热卖商品的住宿方案及其内容识别出来。

[0123] 接着,收益管理系统100针对在上述所识别出来的“附加有延长退房和按摩服务的悠闲女性聚会方案”的销售源头住宿设施的所在地点、和从住宿设施终端400所指定的指定住宿设施(例如,身为对于自身住宿设施进行营运的住宿提供商所营运的其他住宿设施,并且具有与上述销售源头住宿设施同等的功能、顾客评价者)的所在地点,而基于价格优势表128,来识别出销售源头住宿设施和上述指定住宿设施之间的价格优势性的偏离幅度和偏离方向(S403)。

[0124] 例如,收益管理系统100针对“附加有延长退房和按摩服务的悠闲女性聚会方案”的销售源头住宿设施的所在地点“箱根”、和从住宿设施终端400所指定的指定住宿设施的所在地点“外房”,而基于价格优势表128,来识别出销售源头住宿设施和指定住宿设施之间的价格优势性的偏离幅度“ $+10\% - 1\% = 9\%$ ”和偏离方向“负”。

[0125] 接着,收益管理系统100根据在上述步骤S403中所识别出的偏离幅度和偏离方向,而将使该住宿方案的销售价格以特定比例来作了升降后的价格,作为在上述指定住宿设施

处的该住宿方案的建议价格而计算出来(S404)。

[0126] 例如,收益管理系统100根据在上述步骤S403中所识别出的偏离幅度“9%”和偏离方向“负”,而将使该住宿方案的销售价格“19800日元”以特定比例“9%”来作了降低(负)后的价格“18018日元”,作为在指定住宿设施处的该住宿方案的建议价格而计算出来。或者是,收益管理系统100,当价格优势性的偏离幅度为“5%”、偏离方向为“正”的情况时,将使该住宿方案的销售价格“19800日元”以特定比例“5%”来作了增加(正)后的价格“20790日元”,作为在指定住宿设施处的该住宿方案的建议价格而计算出来。

[0127] 接着,收益管理系统100对于运用上述指定住宿设施的上述住宿提供商的住宿设施终端400,而通知在步骤S404中所计算出的该住宿方案的建议价格(S405),并结束处理。或者是,收益管理系统100还可在此步骤S405中,构成为对于网络代理商200的特定服务器或者是指定住宿设施的官方WEB网站的服务器,而进行要求将上述建议价格作为在该WEB网站处的该住宿方案的销售价格的设定指示。

[0128] ——处理程序例5——

[0129] 接着,针对根据在网络代理商200处的尚未成为客房停止销售的住宿设施的比例以及直到住宿日为止的剩余天数来计算建议价格的处理作说明。图11是对于本发明实施例的收益管理方法的处理流程例5作展示的流程图。

[0130] 于此情况,收益管理系统100参照上述发表信息表125,而读取在现在的时间点处的各住宿设施的所在地点以及顾客评价值,并识别出顾客评价值为与自身住宿设施以特定范围而接近并且所在地点为位在距离自身住宿设施的特定范围内的区域的竞争设施,且对于其的数量进行计数(S500)。另外,收益管理系统100从发表信息表125而读取出于此所识别出来的竞争设施的相当于客房销售状况的售完旗标的值,并识别出售完旗标的值为“0”、也就是说识别出并非身为售完状态的竞争设施,且对于其数量进行计数(S501)。收益管理系统100例如将位在与自身住宿设施相同的“A区B町”的町内并且顾客评价值的差异为例如0.2以内的竞争设施的数量计数为“30”,并将此“30”个的竞争设施中的于“5月31日”而售完旗标的值为“0”、也就是说仍在持续进行客房销售的数量计算为“20”。

[0131] 接着,收益管理系统100将在上述步骤S500、S501中所计数的于特定日期而仍未成为客房停止销售的竞争设施的数量除以所有的竞争设施的数量,而计算出在竞争设施中所占据的销售中(也就是说仍未成为销售停止)的住宿设施的比例(S502)。若是上述的情况,则收益管理系统100成为将于特定日期而仍未成为客房停止销售的竞争设施的数量“20”除以所有的竞争设施的数量“30”,而计算出在竞争设施中所占据的销售中(也就是说仍未成为销售停止)的住宿设施的比例“66%”。

[0132] 接着,收益管理系统100根据在步骤S502中所计算出的比例的大小、和在特定网络代理商的WEB网站处的自身住宿设施的销售中客房的直到住宿日期为止的剩余天数的大小,若是上述的比例相较于特定值而为越大以及剩余天数相较于特定值而为越少则将在该网络代理商的WEB网站或者是官方WEB网站处的自身住宿设施或者是竞争设施的客房销售价格以特定的比例来作降低,并且若是上述的比例相较于特定值而为越小以及剩余天数相较于特定值而为越多则将在该网络代理商的WEB网站或者是官方WEB网站处的自身住宿设施或者是竞争设施的客房销售价格以特定的比例来作增加(S503),并将该价格作为对于自身住宿设施的建议价格而通知至住宿设施终端400处(S504)。或者是,收益管理系统100还

可构成将将此建议价格,对于该网络代理商或者是自身住宿设施的官方WEB网站的特定服务器,而进行要求将该建议价格作为在该WEB网站处的客房销售价格的设定指示。

[0133] 另外,为了进行上述步骤S503的处理,收益管理系统100在程序102中,预先保持有相对于上述比例的程度和上述剩余天数的多寡而对于客房销售价格的降低比例以及增加比例作了制定的规则。在图12中,对于该规则的示例作展示。如同在图12中所例示的一样,当自身住宿设施以外的住宿设施、也就是说全部的竞争设施,均成为销售停止中的情况时,收益管理系统100将预先所制定的最大增加比例(例如:+40%)适用于现有客房销售价格中而进行加价,并作为建议价格。另外,当上述客房销售中的竞争设施的比例是50%以上,并且剩余天数为15天以上的情况时,收益管理系统100并不对于现有客房销售价格作变更,并将其直接作为建议价格。另外,当客房销售中的竞争设施的比例与上述相同的为50%以上,并且剩余天数为4~14天的情况时,收益管理系统100将特定的降低比例(例如,-15%)适用于现有客房销售价格中而进行降价,并作为建议价格。同样的,当客房销售中的竞争设施的比例是50%以上,并且剩余天数为3天以内的情况时,收益管理系统100将预先所制定的最大降低比例(例如,-40%)适用于现有客房销售价格中而进行降价,并作为建议价格。

[0134] 另一方面,当客房销售中的竞争设施的比例是30%以下,并且剩余天数为15天以上的情况时,收益管理系统100将特定的增加比例(例如,+10%)适用于现有客房销售价格中而进行加价,并作为建议价格。同样的,当客房销售中的竞争设施的比例是30%以下,并且剩余天数为4~14天的情况时,收益管理系统100将特定的增加比例(例如,+20%)适用于现有客房销售价格中而进行加价,并作为建议价格。另外,当客房销售中的竞争设施的比例是30%以下,并且剩余天数为3天以内的情况时,收益管理系统100将预先所制定的最大增加比例(例如,+40%)适用于现有客房销售价格中而进行加价,并作为建议价格。

[0135] 如同以上所说明一般,若依据本发明实施例,则能够有效率地实行伴随着在多个渠道中的客房销售所产生的具备竞争力的确实的价格设定。

[0136] 以上,虽然基于本发明的实施形态,而基于该实施形态来做了具体性的说明,但是本发明并不被限定于这些实施形态,在不脱离其要旨的范围内,还可作各种修改和变更。

[0137] 附图标记说明

[0138] 20:网络

[0139] 100:收益管理系统

[0140] 101:存储装置

[0141] 102:程序

[0142] 103:存储器

[0143] 104:算术装置(CPU)

[0144] 105:通信装置

[0145] 125:发表信息表

[0146] 126:销售实绩表

[0147] 127:住宿方案销售实绩表

[0148] 128:价格优势表

[0149] 200:网络代理商

[0150] 300:网站控制器

- [0151] 400:住宿设施终端
- [0152] 500:自身公司WEB服务器
- [0153] 600:其他公司WEB服务器

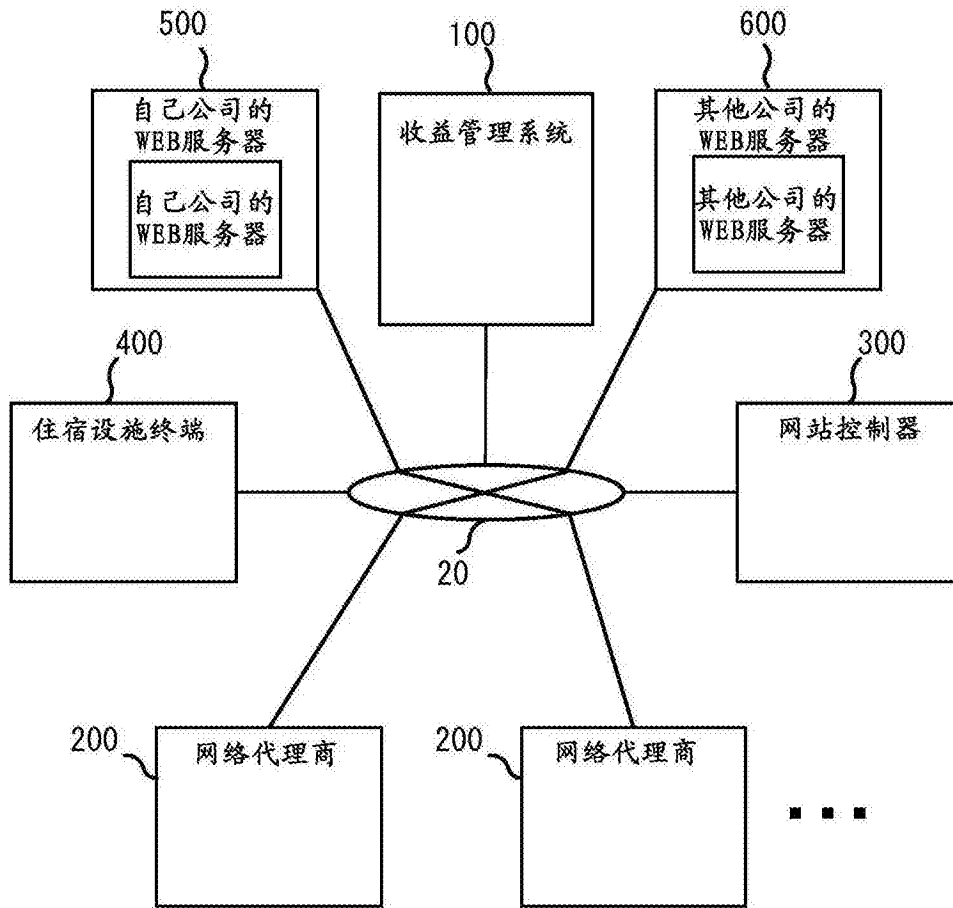


图1

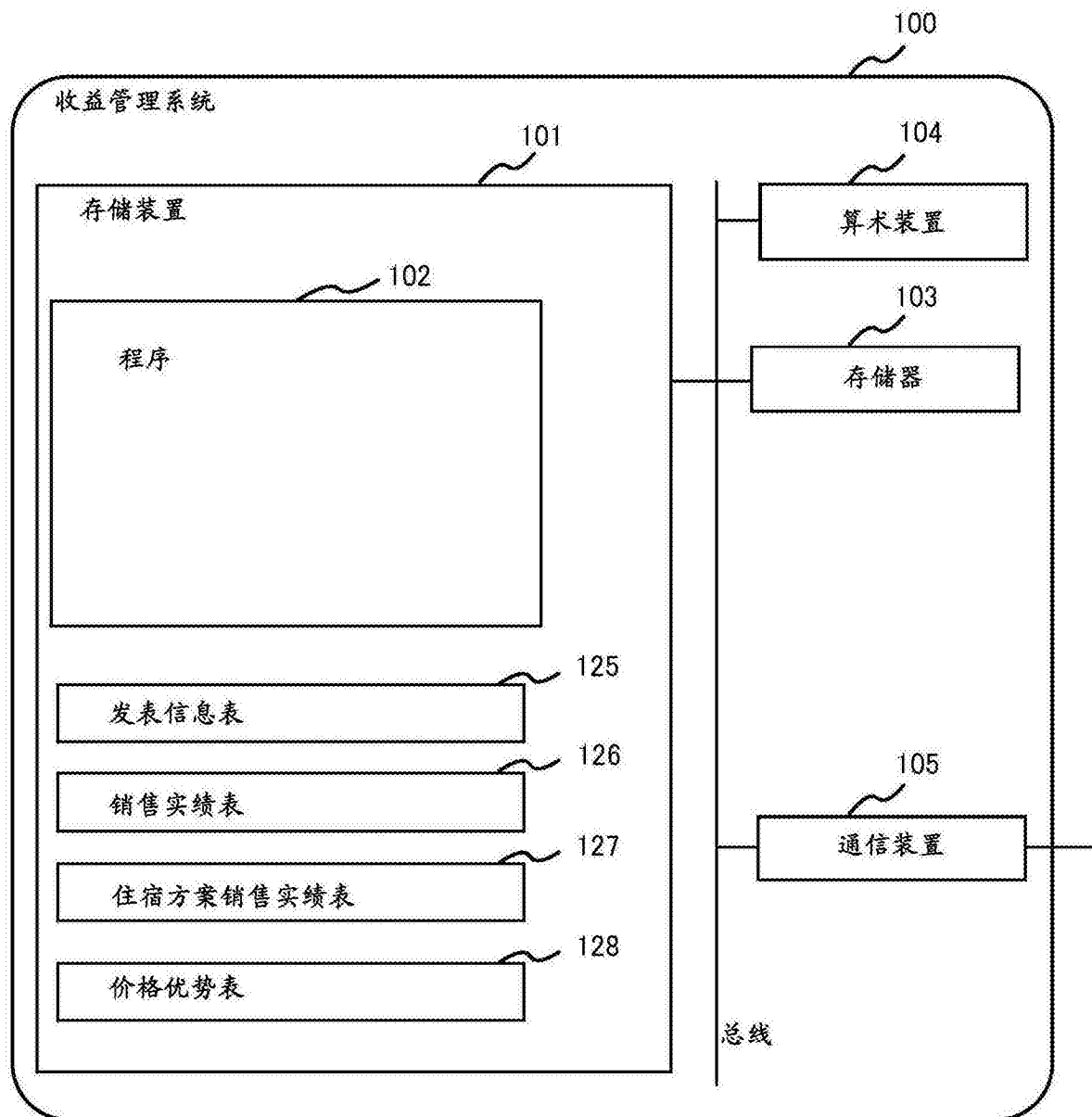


图2

125

| 住宿设施ID | 所在地         | 住宿提供商 | 官方WEB网站   | 网络代理商ID   | WEB网站     | 客房销售价格              |
|--------|-------------|-------|-----------|-----------|-----------|---------------------|
| 00001  | A区B町<br>... | A饭店   | *****,... | a0001,... | *****,... | a0001:<br>19800-... |
| 00002  | A区B町<br>... | B旅馆   | *****     | a0002     | *****     | a0002:<br>21000     |
| 00003  | A区B町<br>... | C饭店   | *****,... | a0010、... | *****,... | a0010:<br>16500-... |
| ...    | ...         | ...   | ...       | ...       | ...       | ...                 |

| 顾客评价值            | 销售实绩排名            | 销售完毕旗标 | 目标期间              |
|------------------|-------------------|--------|-------------------|
| a0001:<br>4.8... | a0001:<br>No.2... | 0      | 2014/5/1~<br>5/31 |
| a0002:4.9        | a0002:No.1        | 1      | 2014/5/1~<br>5/31 |
| a0010:<br>4.6... | a0010:<br>No.4... | 0      | 2014/5/1~<br>5/31 |
| ...              | ...               | ...    | ...               |

图3

126

| 目标期间              | 客房销售价格              | 销售实绩 | 客房库存余量 |
|-------------------|---------------------|------|--------|
| 2014/5/1~<br>5/31 | a0001:<br>19800-... | 82   | 8      |
| 2014/5/1~<br>5/31 | a0002:<br>21000     | 150  | 0      |
| 2014/5/1~<br>5/31 | a0010:<br>16500-... | 45   | 35     |
| ...               | ...                 | ...  | ...    |

图4

127

| 目标期间              | 客房销售价格             | 销售实绩 | 顾客属性               |
|-------------------|--------------------|------|--------------------|
| 2014/5/1~<br>5/31 | a0001:<br>19800*** | 65   | 20~29岁女性:<br>45*** |
| 2014/5/1~<br>5/31 | a0002:<br>21000    | 88   | 40~49岁男性:<br>25*** |
| 2014/5/1~<br>5/31 | a0010:<br>16500*** | 50   | 30~39岁女性:<br>45*** |
| ***               | ***                | ***  | ***                |

图5

128

| 所在地 | 增减率  |
|-----|------|
| 京都  | +15% |
| 箱根  | +10% |
| 那须  | +5%  |
| 外房  | +1%  |
| *** | ***  |

图6

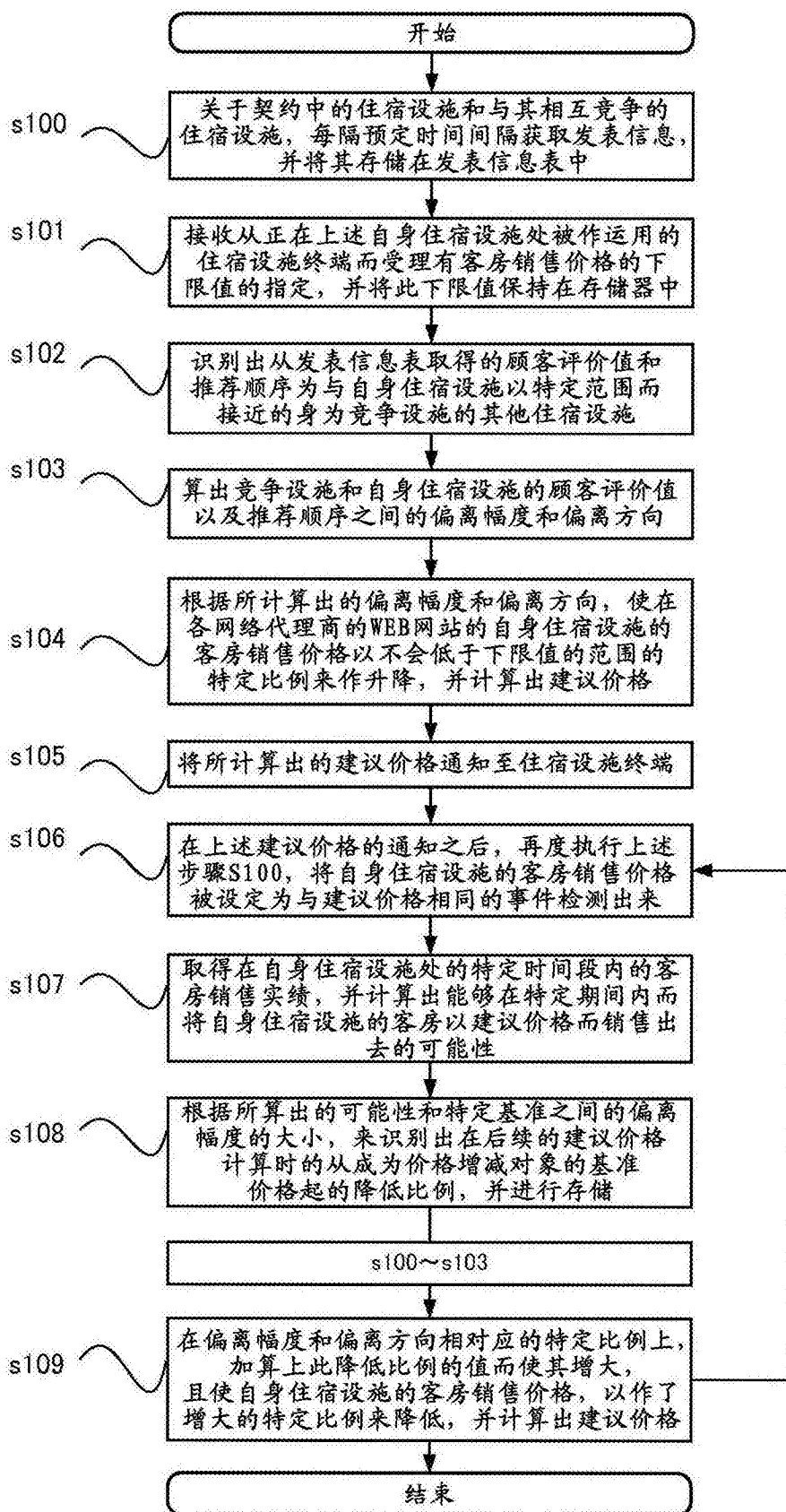


图7

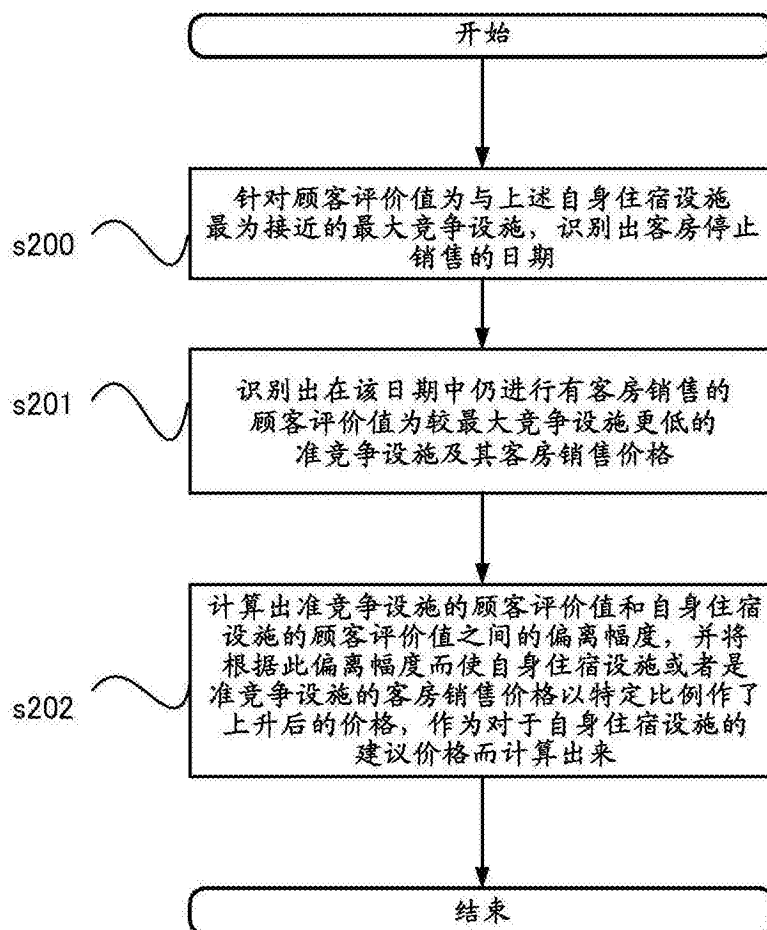


图8

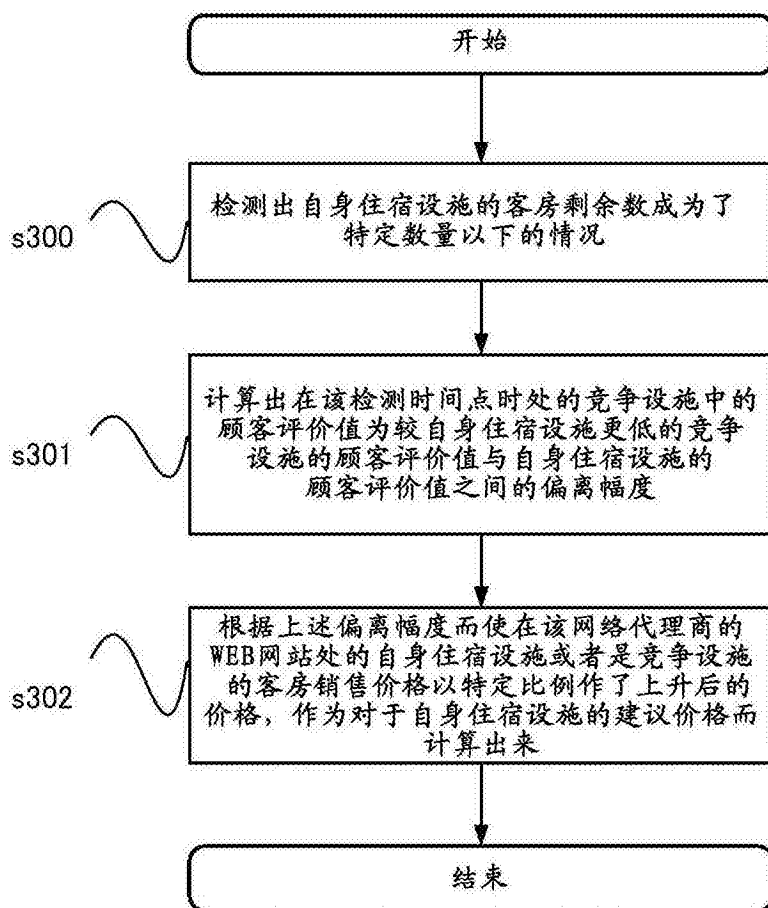


图9

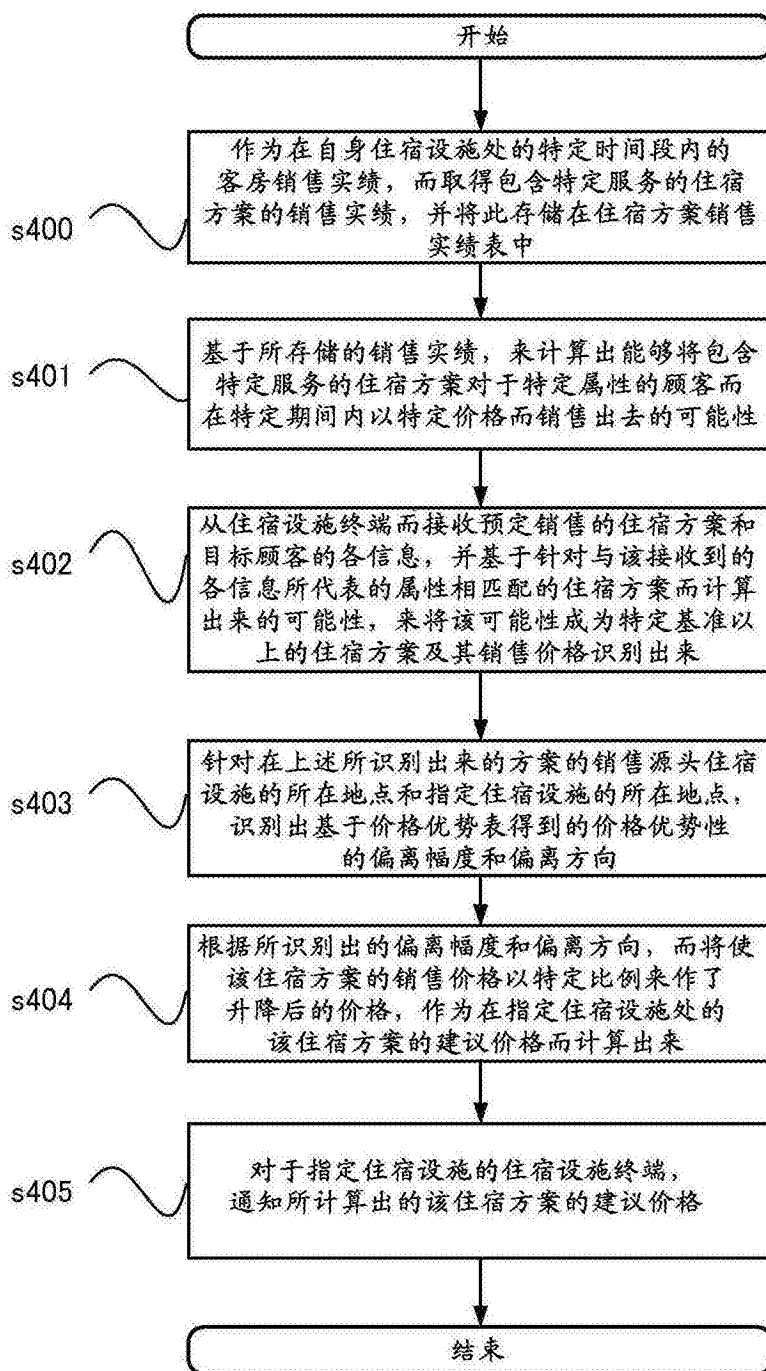


图10

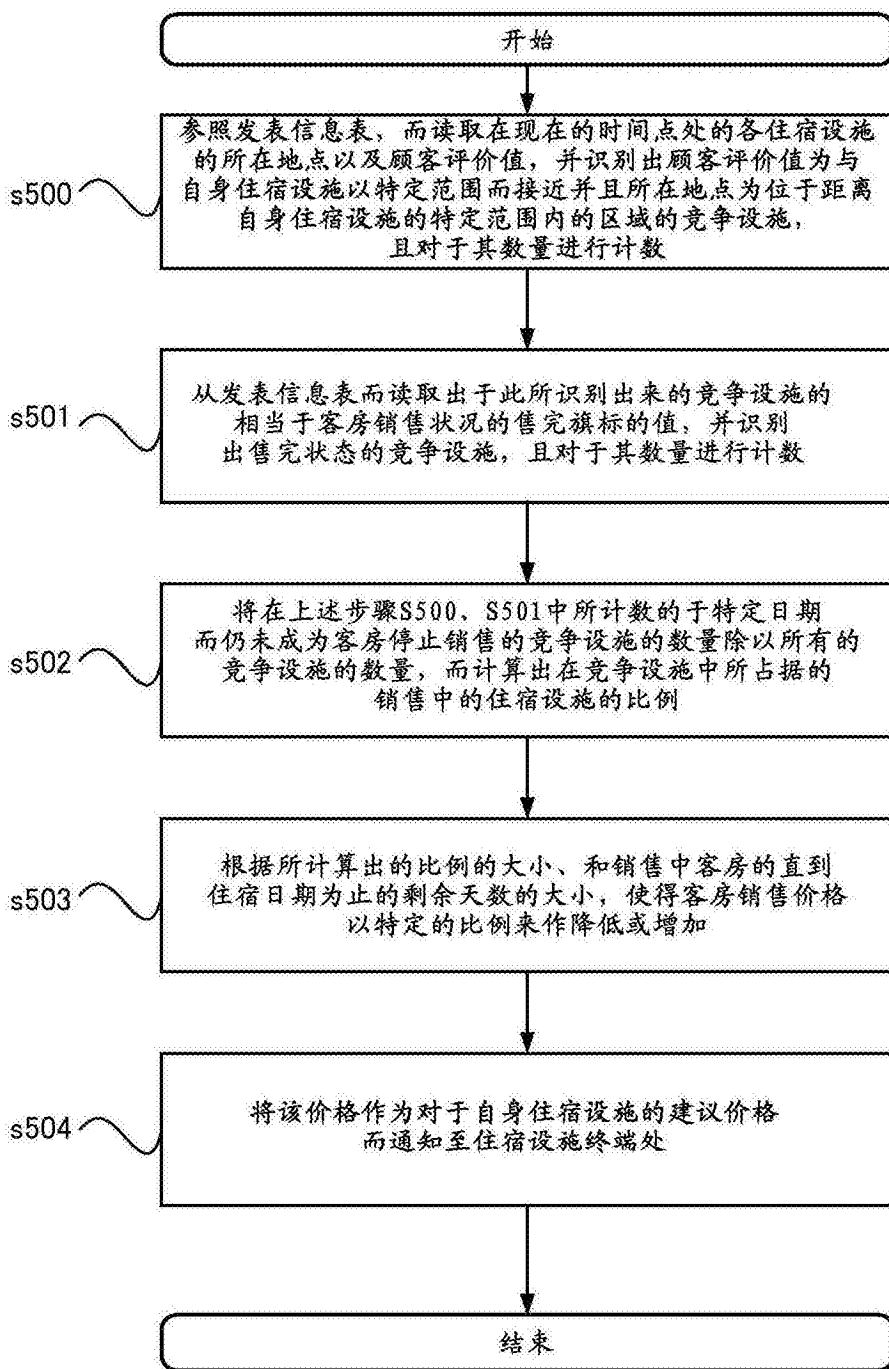


图11

| 售卖中的设施的比例<br>:0% | 售卖中的设施的比例<br>:1~30%                    | 售卖中的设施的比例<br>:31~49%                   | 售卖中的设施的比例<br>:50%~                     |
|------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|
| 价格增减的比例:<br>+40% | 剩余天数为15天以上的<br>情况时的价格增减的比例<br>: +10%   | 剩余天数为15天以上的<br>情况时的价格增减的比例<br>: 0%     | 剩余天数为15天以上的<br>情况时的价格增减的比例<br>: 0%     |
|                  | 剩余天数为4~14天以上的<br>情况时的价格增减的比例<br>: +20% | 剩余天数为4~14天以上的<br>情况时的价格增减的比例<br>: -10% | 剩余天数为4~14天以上的<br>情况时的价格增减的比例<br>: -15% |
|                  | 剩余天数为3天以上的<br>情况时的价格增减的比例<br>: +40%    | 剩余天数为3天以上的<br>情况时的价格增减的比例<br>: -40%    | 剩余天数为3天以上的<br>情况时的价格增减的比例<br>: -40%    |

图12