

چگونه هتل خود را در نتایج Google AI Mode معرفی کنیم با استفاده از Google Hotel Ads

Google AI Mode چیست؟

Google AI Mode یک تجربه جستجوی پیشرفته است که با استفاده از هوش مصنوعی مولد (Generative AI)، پاسخ‌های مستقیم و مکالمه‌ای به سوالات پیچیده کاربران ارائه می‌دهد و فراتر از فهرست لینک‌های نتایج سنتی عمل می‌کند.

این قابلیت که توسط **Google Gemini AI** پشتیبانی می‌شود،

- سوالات را به زیرموضوع‌ها تقسیم می‌کند،
- اطلاعات را از منابع معتبر وب استخراج می‌کند،
- و پاسخ خلاصه‌شده همراه با لینک‌ها ارائه می‌دهد.

برای هتل‌ها، این یعنی:

مسافرائی که از **Google AI Mode** استفاده می‌کنند، پیشنهادات رزرو با قیمت و موجودی لحظه‌ای را مستقیماً در نتایج جستجوی خود مشاهده می‌کنند، که داده‌ها از طریق **Google Hotel Ads (GHA)** دریافت می‌شوند.

این تغییر از نتایج جستجوی سنتی به پیشنهادات تولیدشده توسط **AI**، نحوه رقابت هتل‌ها برای رزرو مستقیم را تغییر می‌دهد.

هتل‌هایی که حضور خود را در **Google Hotel Ads** به صورت فعال مدیریت می‌کنند، تقاضا را در همان لحظه‌ای که مسافران در حال تصمیم‌گیری برای رزرو هستند جذب می‌کنند.

این مسئله به ویژه برای هتل‌های مستقل و گروه‌های کوچک که در برابر سلطه **OTA** رقابت می‌کنند، اهمیت دارد. هتل‌دارانی که از خدمات مدیریت **متا سرچ (Metasearch)** مانند **SiteMinder Demand Plus** استفاده می‌کنند، از بهینه‌سازی خودکار **Google Hotel Ads** بهره‌مند می‌شوند، و اطمینان حاصل می‌کنند که هتل آن‌ها هم در نتایج سنتی **متا سرچ** و هم در پلتفرم‌های **AI** جدید نمایش داده شود، بدون نیاز به تخصص فنی داخلی.

هدف این مقاله

در ادامه، توضیح خواهیم داد که:

- **Google AI Mode** چگونه هتل‌ها را برای پیشنهاد انتخاب می‌کند،
- و چه اقداماتی لازم است تا هتل شما در نتایج نمایش داده شود.

فهرست مطالب:

1. **Google AI Mode** چیست؟
2. هتل‌ها چگونه در نتایج جستجوی **Google AI Mode** ظاهر می‌شوند؟
3. تفاوت فهرست‌های هتل پولی و رایگان در **Google Hotel Ads** چیست؟
4. آیا راه‌اندازی **Google Hotel Ads** برای هتل‌ها دشوار است؟
5. **SiteMinder Demand Plus** چگونه هتل‌ها را وارد نتایج **Google AI Mode** می‌کند؟
6. معرفی شده توسط **AI**، رزروها به هتل شما تحویل داده می‌شود
7. هتل‌ها با استفاده از **SiteMinder Demand Plus** و **Google Hotel Ads** به جای **OTA** ها چقدر می‌توانند صرفه‌جویی کنند؟

هتل‌ها چگونه در نتایج **Google AI Mode** ظاهر می‌شوند؟

هتل‌هایی که موجودی لحظه‌ای خود را به **Google Hotel Ads (GHA)** متصل کرده‌اند، در **Google AI Mode** با قیمت‌های قابل رزرو و لینک‌های مستقیم برای رزرو نمایش داده می‌شوند. **AI Mode** این قابلیت رزرو را مستقیماً از فهرست‌های **Google Hotel Ads** استخراج می‌کند، و هنگام ارائه پیشنهادات، قیمت‌ها، موجودی و لینک رزرو مستقیم به صورت لحظه‌ای ارائه می‌شوند.

Google AI Mode را برای مدیریت سوالات پیچیده و چند بخشی معرفی کرده بود، که پیش‌تر نیاز به چند جستجو داشت.

وقتی یک مسافر از **AI Mode** برای برنامه‌ریزی سفر استفاده می‌کند، سؤال او فقط «هتل‌های رم» نیست، بلکه عباراتی مانند:

- یک هتل بوتیک نزدیک کولوسئوم برای ماه عسل من در اکتبر پیدا کن، که شامل صبحانه شود
- قیمت‌های هتل ۴ ستاره در مرکز سیدنی این آخر هفته که حیوانات خانگی قبول می‌کند را مقایسه کن

تفاوت کلیدی: جستجوی هدفمحور

برای سفر، هوش مصنوعی هدفمحور است. هدف آن ارائه پاسخ کامل و عملیاتی است. برای این کار، AI به یک لینک ساده وبسایت بسنده نمی‌کند؛ بلکه اطلاعات را از معتبرترین منابع داده لحظه‌ای جمع‌آوری می‌کند. برای رزرو هتل، یکی از این منابع **Google Hotel Ads** است.

وقتی AI پاسخ تولید می‌کند، نیاز دارد مقایسه قیمت و مسیر خرید ارائه دهد. اگر هتل شما موجودی زنده خود را به سیستم‌های **Google** متصل نکرده باشد، به‌سادگی در توصیه نهایی AI در نظر گرفته نمی‌شوید.

تفاوت بین فهرست‌های هتل پولی و رایگان در **Google Hotel Ads**

فهرست‌های پولی: **Google Hotel Ads**

- در نتایج جستجو و پیشنهادات **AI Mode** به‌صورت برجسته نمایش داده می‌شوند،
- شامل لینک‌های رزرو مستقیم، نمایش نرخ رقابتی و نشان "**Official site**" هستند.

فهرست‌های رایگان:

- در بخش «**All options**» پایین‌تر ظاهر می‌شوند،
- بدون تضمین نمایش در **AI Mode** یا موقعیت برجسته در نتایج سنتی،

مزایای فهرست‌های پولی

- نمایش در پیشنهادات **AI Mode**؛ هتل شما در پاسخ اصلی AI نمایش داده می‌شود، همراه با قیمت و لینک رزرو.
- نشان "**Official site**"؛ این تیک اعتماد نشان می‌دهد که مسافر مستقیماً با هتل رزرو می‌کند، و مقایسه با OTAها کاهش می‌یابد.
- دید برجسته در جستجو؛ در نتایج بالای **Google Search**، **Google Maps** و **Google Travel** قبل از اسکرول نمایش داده می‌شود.

- لینک رزرو مستقیم؛ مسافران مستقیماً به سیستم رزرو هتل هدایت می‌شوند، بدون عبور از سایت‌های واسطه.

محدودیت‌های فهرست‌های رایگان

- جایگاه پایین‌تر: در بخش «All options» یا «More hotels» نمایش داده می‌شوند، که نیازمند کلیک اضافی است.
- عدم تضمین نمایش در **AI Mode**؛ هوش مصنوعی Google فهرست‌های پولی را اولویت می‌دهد، بنابراین ممکن است فهرست رایگان در نتایج مکالمه‌ای اصلاً ظاهر نشود.
- نرخ کلیک پایین‌تر؛ مسافران معمولاً از گزینه‌های اولین نمایش داده شده رزرو می‌کنند، به‌ویژه در **AI Mode** که طراحی رابط کاربری تصمیم‌گیری را تسریع می‌کند.

اهمیت Google Hotel Ads برای هتل‌ها در رقابت با OTA ها

برای هتل‌هایی که در جستجوی مبتنی بر هوش مصنوعی با سلطه OTA ها رقابت می‌کنند، تفاوت فقط محل نمایش نیست؛ بلکه این است که آیا هتل شما اصلاً پیشنهاد می‌شود یا خیر.

با افزایش استفاده مسافران از **AI Mode**، فهرست‌های رایگان ممکن است کاملاً در مسیر رزرو ناپدید شوند.

در این شرایط، مدیریت استراتژیک **Google Hotel Ads** حیاتی می‌شود. هتل‌ها باید فهرست‌های پولی خود را به‌صورت فعال بهینه کنند تا تقاضا را در همان لحظه‌ای که مسافران در حال تصمیم‌گیری هستند جذب کنند، به‌ویژه با توجه به اینکه جستجوی مبتنی بر **AI** پاسخ‌های مستقیم و عملیاتی را به مرورگری سنتی ترجیح می‌دهد.

آیا راه‌اندازی Google Hotel Ads دشوار است؟

راه‌اندازی مستقل Google Hotel Ads نیازمند:

- ادغام فنی پیچیده بین PMS، سیستم رزرو و API گوگل
- بهینه‌سازی مستمر مزایده‌ها
- مدیریت تساوی نرخ‌ها

که بیشتر هتل‌ها در داخل سازمان تخصص لازم را ندارند. فرآیند راه‌اندازی می‌تواند هفته‌ها تا ماه‌ها طول بکشد و نیازمند نظارت مداوم برای حفظ رقابت‌پذیری است.

چالش‌های فنی ادغام

- نیاز به شریک ادغام PMS: شما باید از طریق شریک مجاز اتصال به Google Hotel Centre متصل شود. اگر PMS فعلی شما اتصال به Google Hotel Ads را پشتیبانی نمی‌کند، نیاز به تغییر سیستم یا افزودن میان‌افزار (middleware) دارید.
- همگام‌سازی موجودی لحظه‌ای: گوگل نیازمند داده‌های قیمت و موجودی زنده بدون تأخیر است. هرگونه تأخیر بین سیستم رزرو و Google منجر به تفاوت قیمت، خطا در رزرو یا عدم تأیید فهرست می‌شود.
- تأیید و رعایت قوانین: فرآیند راه‌اندازی شامل تأیید هویت، بررسی مطابقت وب‌سایت و الزامات صفحه فرود است. عدم رعایت قوانین منجر به تعلیق فهرست و تأثیر مستقیم روی درآمد می‌شود.

پیچیدگی مدیریت مستمر

- بهینه‌سازی استراتژی مزایده Google Hotel Ads: نیازمند تنظیم مداوم پیشنهادهای بر اساس تقاضا، قیمت رقبا، فصل و بازه رزرو است. مزایده بیش از حد باعث کاهش سود و مزایده کم باعث نامرئی شدن هتل می‌شود.
- مدیریت تساوی نرخ‌ها: گوگل نرخ‌های شما را در همه کانال‌ها بررسی می‌کند. اگر نرخ مستقیم شما بالاتر از OTA باشد، نمایش فهرست کاهش یافته یا جریمه می‌شود.
- تحلیل عملکرد: بررسی اینکه کدام عبارات جستجو، موقعیت‌ها و بازه‌های رزرو بازده سرمایه را افزایش می‌دهند، نیازمند تفسیر داشبوردهای تحلیلی گوگل است، مهارتی که اکثر کارکنان هتل ندارند.

برای هتل‌های مستقل، اختصاص کارکنان داخلی برای مدیریت Google، نظارت روزانه و حل مشکلات فنی معمولاً ممکن نیست.

شیب یادگیری زیاد، ریسک بالا و هزینه فرصت آزمون و خطا چشمگیر است.

این پیچیدگی دقیقاً دلیل وجود خدمات مدیریت متا سرچ است؛ تا کار فنی سنگین را انجام دهند و هتل‌ها بتوانند روی تجربه مهمان و عملیات داخلی تمرکز کنند.

SiteMinder Demand Plus چگونه هتل‌ها را در نتایج Google AI Mode قرار می‌دهد؟

Demand Plus تمامی مراحل فنی و بهینه‌سازی مداوم Google Hotel Ads را مدیریت می‌کند، شامل:

- تغذیه موجودی لحظه‌ای

- مزایده رقابتی

- دقت نرخ لحظه‌ای

این سه عنصر پیش‌نیاز حضور در پیشنهادات رزرو Google AI Mode هستند.

در اینجا همکاری شما با SiteMinder به مزیت رقابتی در عصر هوش مصنوعی تبدیل می‌شود.

Demand Plus: سرویس مدیریت شده SiteMinder برای هتل‌ها

Demand Plus سرویس مدیریت شده SiteMinder است که موجودی زنده، نرخ‌ها و دسترسی هتل شما را مستقیماً به

بزرگ‌ترین سایت‌های متا سرچ متصل می‌کند، و در این مورد خاص، Google Hotel Ads اهمیت ویژه‌ای دارد.

Demand Plus چگونه داده‌های هتل شما را آماده AI می‌کند

- مدیریت مزایده در GHA ؛

Demand Plus اطمینان می‌دهد که نرخ‌های مستقیم شما فعالانه با ارائه‌دهندگان ثالث در GHA رقابت می‌کنند.

تیم متخصص Demand Plus راه‌اندازی پیچیده، استراتژی مزایده و بهینه‌سازی در کل پلتفرم Google را انجام می‌دهد،

تا کانال مستقیم هتل شما همیشه رقابتی و قابل مشاهده باشد.

- دقت قیمت لحظه‌ای؛

دقت قیمت اهمیت بالایی دارد Demand Plus. ارتباط دینامیک و لحظه‌ای ایجاد می‌کند تا مطمئن شود قیمت نمایش داده شده در Google Hotel Ads و به تبع آن در داده‌های (AI همان نرخ واقعی و قابل رزرو در وبسایت مستقیم هتل است).

معرفی شده توسط AI ، رزروها مستقیم به هتل شما

اتصال ساده است **Google Hotel Ads**: منبع اصلی داده برای قابلیت رزرو در **AI Mode** است.

وقتی مسافری از AI می‌خواهد هتل پیدا کرده و پیشنهاد دهد، AI داده‌ها را مستقیماً از فهرست‌های **GHA** استخراج می‌کند تا نتیجه نهایی و جامع ارائه شود. با توجه به اینکه **Demand Plus** اطمینان می‌دهد فهرست مستقیم هتل شما:

- در **GHA** موجود و بسیار رقابتی است،

مزایای زیر حاصل می‌شود:

- نمایش در پاسخ نهایی **AI**

چه AI یک برنامه سفر دقیق بسازد یا جدول مقایسه ارائه دهد قیمت و لینک رزرو مستقیم هتل شما از فهرست **GHA** شما که توسط **Demand Plus** مدیریت می‌شود، ارائه خواهد شد.

- مالکیت رابطه با مهمان:

وقتی مسافر روی لینک ارائه شده در پاسخ AI کلیک می‌کند، مستقیماً به وبسایت شما هدایت می‌شود تا رزرو را تکمیل کند. شما کنترل کامل داده‌های مهمان و فرصت فروش اضافی را دارید.

- پرداخت هوشمندانه:

با مدل **Pay-per-Stay Demand Plus**، شما فقط زمانی هزینه تراکنش را پرداخت می‌کنید که مهمان رزرو خود را تکمیل کند،

که این روش از کاهش درآمد ناشی از لغو یا عدم حضور محافظت می‌کند، حتی اگر رزرو از طریق ویژگی‌های پیشرفته AI گوگل انجام شده باشد.

آینده جستجوی سفر: مکالمه‌ای، نه کاغذی

با استفاده از قدرت **Demand Plus**، شما فقط برای یک لینک بهینه‌سازی نمی‌کنید، بلکه اطمینان می‌دهید هتل شما پاسخ قطعی و قابل رزرو در دنیای **Google AI** باشد.

صرفه‌جویی هتل‌ها با استفاده از **SiteMinder Demand Plus** به جای **OTA** ها

هتل‌ها معمولاً ۱۵٪ تا ۲۵٪ کمیسیون برای رزروهای **OTA** می‌پردازند، در حالی که **Demand Plus** تنها یک هزینه تراکنش دریافت می‌کند و فقط زمانی که مهمان اقامت خود را تکمیل کند — بدون هیچ هزینه‌ای برای لغو یا عدم حضور.

با هدایت رزروها مستقیماً از طریق **Google Hotel Ads** ، هتل‌ها وابستگی به OTA ها را کاهش داده و درآمد بیشتری به ازای هر رزرو حفظ می‌کنند، در حالی که همچنان در نتایج جستجوی سنتی و **AI Mode** قابل مشاهده هستند.

تفاوت هزینه‌ای بین OTA و Google Hotel Ads

ساختار کمسیون: OTA

- ۱۵ تا ۲۵٪ کمسیون به ازای هر رزرو OTA: های بزرگ مانند Booking.com و Expedia ، کمسیون را بر اساس ارزش کل رزرو، مکان، اندازه هتل و شرایط قرارداد تعیین می‌کنند.
- کمسیون رزرو غیرقابل استرداد: حتی اگر مهمان رزرو غیرقابل استرداد را لغو کند، هتل همچنان کمسیون پرداخت می‌کند.
- کمسیون برای عدم حضور مهمان: برای رزروهای تأیید شده که مهمان در هتل حضور ندارد، معمولاً هتل باید کمسیون پرداخت کند مگر اینکه عدم حضور به درستی از طریق سیستم OTA ثبت شود.
- دسترسی محدود به داده‌های مهمان OTA: ها رابطه با مشتری را کنترل می‌کنند و امکان فروش مجدد مستقیم یا ارائه خدمات اضافی محدود می‌شود.
- نرخ بالای لغو رزرو: داده‌های صنعت نشان می‌دهد نرخ لغو OTA بین ۴۰٪ تا ۵۰٪ است، در حالی که رزرو مستقیم فقط ۱۸٪ لغو دارد، که پیش‌بینی درآمد را دشوارتر می‌کند.

مدل پرداخت به ازای اقامت: SiteMinder Demand Plus

- هزینه تراکنش فقط برای اقامت تکمیل شده: تنها زمانی پرداخت می‌کنید که مهمان چک‌اوت کند، و درآمد شما در برابر لغوها و عدم حضور کاملاً محافظت می‌شود.
- بدون هزینه راه‌اندازی یا ماهانه: برخلاف برخی پلتفرم‌های متا سرچ، نیازی به سرمایه‌گذاری اولیه نیست.
- مالکیت کامل داده‌های مهمان: رزرو مستقیم از طریق Google Hotel Ads ، امکان جمع‌آوری اطلاعات مهمان برای بازاریابی و ایجاد روابط آتی را فراهم می‌کند.
- هزینه پایین‌تر به ازای جذب مهمان: حتی با احتساب هزینه تراکنش و Google Hotel Ads ، رزرو مستقیم معمولاً هزینه بسیار کمتری نسبت به کمسیون OTA دارد.

مزیت مالی بلندمدت

مدیریت Google Hotel Ads از طریق Demand Plus ، هتل شما را برای حضور در Google AI Mode آماده می‌کند. با رشد جستجوی مبتنی بر AI ، هتل‌هایی که تنها به OTA ها متکی هستند، ممکن است کاملاً از دید کاربران در نتایج مکالمه‌ای ناپدید شوند، در حالی که هتل‌هایی که فهرست فعال Google Hotel Ads دارند، در پیشنهادات AI با لینک رزرو مستقیم ظاهر می‌شوند.

مزیت مالی فقط صرفه‌جویی در هر رزرو نیست؛ بلکه ایجاد کانال مستقیم پایدار است که وابستگی بلندمدت به OTA را کاهش داده و تقاضا را هم در جستجوی سنتی و هم در پلتفرم‌های نوظهور جذب می‌کند.

حداکثر عملکرد هتل در Google AI Mode و Google Hotel Ads

SiteMinder Demand Plus هتل شما را در مقابل مسافران با قصد رزرو بالا در Google AI Mode ، Google Hotel Ads و سایر پلتفرم‌های پیشرو متا سرچ قرار می‌دهد،

و قابلیت دید هتل را به رزروهای تأیید شده تبدیل می‌کند.

پلتفرم ما همه‌چیز را برای تسلط بر متا سرچ و افزایش درآمد مستقیم فراهم می‌کند

• مدیریت استراتژیک: Google Hotel Ads

تیم متخصص ما مزایده‌ها و حضور هتل شما را در Google Hotel Ads و Google AI Mode بهینه می‌کند، تا هتل شما در برجسته‌ترین جایگاه‌ها قرار گیرد و نشان “وبسایت رسمی” را دریافت کند، که اعتماد مهمان را افزایش می‌دهد.

• شفافیت و کنترل کامل:

هر رزرو متا سرچ را از طریق Extranet خود پیگیری کنید، با برچسب‌گذاری کمیسیون واضح روی رزروهای Demand Plus.

به‌راحتی متوجه شوید چه رزروهایی از تبلیغات پولی و چه رزروهایی از Google Ads ارگانیک آمده است و ROI واقعی خود را بسنجید.

• فناوری یکپارچه و بدون دردسر:

پلتفرم SiteMinder پیچیدگی‌ها را مدیریت می‌کند و شما از مزایا بهره‌مند می‌شوید. Channel Manager ما موجودی زنده را در تمام کانال‌ها به صورت خودکار مدیریت می‌کند، Booking Engine رزروهای مستقیم از متا سرچ و شبکه‌های اجتماعی را ثبت می‌کند، و ادغام‌ها با PMS، RMS و CRS موجود شما برقرار می‌شوند. با دسترسی به اطلاعات عملکرد و داده‌های قیمتی، تصمیمات درآمدی خود را با اطمینان اتخاذ کنید.

- رشد درآمد بدون ریسک:

Demand Plus تنها یک هزینه تراکنش دریافت می‌کند و آن هم فقط زمانی که مهمان اقامت خود را تکمیل کند،

بدون هزینه راه‌اندازی، بدون هزینه ماهانه، و بدون پرداخت برای لغو یا عدم حضور. با تبدیل ترافیک متا سرچ به رزروهای مستقیم، وابستگی به OTA کاهش یافته و درآمد بیشتری حفظ می‌شود.

با همکاری با SiteMinder در متا سرچ، تنها فهرست شدن کافی نیست؛

شما یک تیم اختصاصی دارید که اطمینان می‌دهد مسافران هتل شما را به جای رقبا در Google، Trivago و TripAdvisor انتخاب کنند.

نویسنده Juhlian Pimping :

سمت: مدیر SEO و محتوا در SiteMinder، پلتفرم شماره ۱ جهانی در حوزه هتلداری، که برای افزایش درآمد هتل‌ها از طریق اکوسیستم یکپارچه طراحی شده است.

Juhlian از سال ۲۰۱۸ تجربه گسترده‌ای در تولید محتوای اثرگذار در حوزه SaaS دارد و علاقه‌مند به ارائه محتوای باکیفیت و ماندگار برای مالکان و مدیران هتل است تا عملیات خود را تحول بخشیده و رشد پایدار داشته باشند.