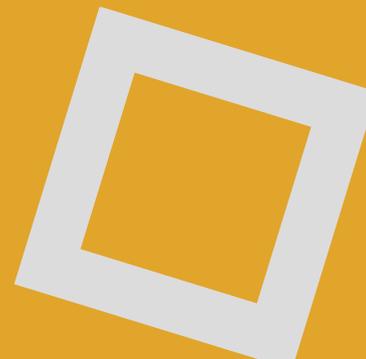




Guida completa per la tua struttura:

**i canali di prenotazione più redditizi del 2020,
oltre a previsioni e suggerimenti per il 2021**





Prefazione

Nei miei oltre 20 anni di carriera nel settore dei viaggi, il cambiamento continuo è stato una costante: il nostro pianeta si è rimpicciolito, i budget di viaggio si sono ridotti, e la tecnologia ha cambiato quasi tutti gli aspetti del lavoro.

L'anno scorso, però, sono comparse nuove forze di cambiamento dall'esterno. Non abbiamo avuto voce in capitolo, e non abbiamo potuto fare altro che arrenderci collettivamente a un mondo estraneo e a una serie di norme mai viste prima.

In questo oceano di circostanze in continuo mutamento, mi sono fortemente aggrappato a una costante: le persone del nostro settore. Le persone con cui lavoro ogni giorno, i partner con cui mi confronto regolarmente, e le migliaia di albergatori che SiteMinder serve giorno dopo giorno. E devo dire che non sono mai stato così fiero di lavorare dove tecnologia e ospitalità si incontrano.

Come da tradizione annuale, in questo ebook il team di SiteMinder ha raccolto informazioni dettagliate sui 12 canali di prenotazione globali più redditizi del 2020. Quest'anno abbiamo anche chiesto ai nostri migliori partner di raccontarci come hanno lavorato con i nostri clienti nel 2020, e di dare uno sguardo al 2021 e a ciò che porterà.

Con il nuovo anno arrivano nuovi inizi, e speriamo che questo ebook possa essere d'aiuto.

James Bishop

Direttore Senior, Ecosistema globale
SiteMinder



Capitoli

1. Introduzione	4
2. I 12 canali di prenotazione più redditizi del 2020	6
3. Ottenere il massimo dai canali di prenotazione	10
4. Prospettive 2021: le tendenze previste per i prossimi 12 mesi	15
5. I consigli delle voci più influenti del settore	22



1.

Introduzione



L'anno che ci siamo lasciati alle spalle ci ha insegnato molto.

Per gli albergatori e per il settore dei viaggi, il 2020 può essere considerato l'anno più difficile di sempre. A causa della chiusura dei confini internazionali, dei requisiti di distanziamento sociale e delle nuove norme in materia di salute e sicurezza, le imprese del nostro settore si sono trovate a lottare per sopravvivere.

Il 2020, comunque, è stato anche molto stimolante. La capacità degli albergatori di adattarsi, di rimettersi in gioco e rientrare in contatto con i propri clienti ha dimostrato lo stoicismo, la speranza e la vera forza del nostro settore. Guardando al futuro, gli ospiti apprezzeranno i vantaggi dell'approccio flessibile che gli hotel sono stati costretti ad adottare, e il settore dell'ospitalità e dei viaggi raggiungerà un nuovo livello. Gli albergatori che hanno avuto "successo" nel 2020 sono quelli che hanno puntato sull'innovazione e sull'innalzamento di qualità del servizio clienti, entrambi aspetti su cui tutte le strutture dovrebbero concentrarsi nell'anno a venire.

Questo ebook ti aiuterà a sfruttare al meglio i dati di SiteMinder sui 12 canali di prenotazione più redditizi del 2020, e a ottenere il massimo valore dai tuoi canali di distribuzione online per pianificare un 2021 di successo. Potrai scoprire quali sono stati i canali con cui gli hotel hanno ottenuto maggiore successo nel 2020, e leggere i consigli di SiteMinder e dei canali più popolari per ottimizzare i tuoi profitti. Troverai anche i suggerimenti di alcuni degli operatori leader di settore, come Booking.com, Expedia e Agoda, che ti aiuteranno ad attirare il maggior numero possibile di ospiti nei prossimi 12 mesi.

Speriamo che i contenuti di questo ebook consentano alla tua struttura ricettiva di continuare a soddisfare l'innato desiderio di viaggiare delle persone di tutto il mondo, che si dimostra forte anche nelle circostanze più difficili.



2.

I 12 canali di prenotazione più redditizi del 2020

Panoramica dei risultati

Ogni anno SiteMinder compila una serie di classifiche dei canali di distribuzione che, negli ultimi 12 mesi, hanno generato il più alto livello di fatturato per il settore alberghiero. Le classifiche di quest'anno, create per oltre 20 delle destinazioni di viaggio più popolari al mondo, rivelano molti aspetti interessanti:

Un cambio di rotta rispetto a quanto consolidato negli anni precedenti: sono infatti stati inclusi per la prima volta 32 nuovi canali di distribuzione, mentre 20 canali di distribuzione hanno guadagnato almeno due posizioni rispetto all'anno precedente.



Il rafforzamento dei canali di distribuzione locali e regionali, che per tutto il 2020, a causa delle restrizioni ai viaggi internazionali, hanno costituito circa metà della top 12 di ciascuna destinazione, in particolare da quando il settore globale ha cominciato a riprendersi. Sebbene i canali di distribuzione locali e regionali come Kurzurlaub.de in Austria, VeryChic in Francia, Feratel in Germania, MG Bedbank in Indonesia e Hotels.nl nei Paesi Bassi non si siano classificati tra i migliori 12 canali di distribuzione per l'intero 2020, sono comunque entrati in classifica a partire da aprile.



Il boom dei viaggi organizzati all'ultimo minuto, dovuto ai cambiamenti imprevedibili delle restrizioni di viaggio. Durante il periodo della pandemia, Lastminute.com e HotelTonight insieme sono comparsi nella classifica di nove destinazioni.



L'importanza costante dei grossisti: la "banca letti" leader Hotelbeds si è posizionata tra i migliori 12 canali in tutte le destinazioni, sia per l'intero anno 2020 che durante il periodo della pandemia, mentre ad aprile WebBeds è entrato in classifica in otto destinazioni.



La crescita costante delle prenotazioni dirette per gli hotel: per tutto il 2020 i siti degli hotel sono rimasti nella top 5 delle classifiche di ogni singolo mercato, inclusi Australia, Irlanda, Paesi Bassi, Portogallo e Spagna, dove si collocano al secondo posto come maggiore fonte di fatturato per gli hotel locali. Da aprile, ossia da quando le prenotazioni sono calate a meno del 10% rispetto al 2019 a causa della pandemia COVID-19, il posizionamento dei siti degli hotel è salito in oltre un terzo delle destinazioni.

La crescente popolarità di Airbnb come canale di distribuzione per le strutture ricettive, in particolare da aprile in poi. Airbnb è entrato nella classifica dei 12 migliori canali di distribuzione per la prima volta in nove destinazioni, è cresciuto in cinque destinazioni durante il corso dell'anno, e da aprile ha superato la sua posizione annuale nella classifica di ben 10 destinazioni.



Ecco i 12 canali di prenotazione più redditizi del 2020 che hanno contribuito alla ripresa del settore alberghiero:



Lungo tutto il 2020

Da aprile a dicembre 2020

Da tenere d'occhio: i siti web degli hotel scalano la classifica da ben tre anni e lo stanno facendo ulteriormente da aprile. Raggiungeranno una delle prime due posizioni l'anno prossimo?

1	Booking.com
2	Expedia Group
3	Siti web degli hotel (prenotazioni dirette) DA TENERE D'OCCHIO
4	Hotelbeds
5	Agoda
6	Sistemi di distribuzione globale MIGLIOR SALTO IN CLASSIFICA
7	HRS - Hotel Reservation Service
8	Hostelworld Group
9	WebBeds - Sunhotels
10	Jet2holidays NEW ENTRY
11	Airbnb NEW ENTRY
12	Mr & Mrs Smith

Hotelbeds e WebBeds: i marchi di Sunhotels mostrano la continua rilevanza della distribuzione all'ingrosso in Italia.

La crescente diffusione di Airbnb è evidente, specialmente a partire da aprile. L'Italia è solo una delle nove destinazioni in cui Airbnb ha fatto il suo ingresso in Top 12.

Booking.com
Siti web delle strutture (distribuzione diretta)
Expedia Group
Hotelbeds
Agoda
Hostelworld Group
RS - Hotel Reservation Service
Sistemi di distribuzione globale (GDS)
Airbnb
Mr & Mrs Smith
Lastminute.com
Traveltino





3.

Ottenere il massimo dai canali di prenotazione



In che modo si possono sfruttare al meglio i canali online?

Di seguito troverai i consigli dei canali di distribuzione stessi, e alcuni suggerimenti di SiteMinder per iniziare:

Collega più canali – non fermarti ai primi quattro o cinque canali principali utilizzati nei tuoi mercati target.

Cura i tuoi profili come se fossero il tuo sito – includi tutte le informazioni e i dettagli necessari, e utilizza immagini professionali.

Assicurati di comunicare qualità da subito – non usare foto sgranate o sfocate!



Cerca di ottenere quante più recensioni possibile.

Sfrutta l'efficacia della pubblicità – se un ospite arriva al tuo sito da un'agenzia di viaggio online, fai del tuo meglio per ottenere una prenotazione diretta.

Usa i dati delle OTA per individuare preziose opportunità di marketing.

Usa un channel manager – è l'unico modo per gestire efficacemente il tuo inventario su più canali.

Ecco i consigli di alcuni dei canali di distribuzione online leader di settore per aiutarti a ottenere più prenotazioni in futuro:

British Airways Holidays

Al momento i clienti pensano a lungo termine: gli albergatori dovrebbero quindi assicurarsi che le loro tariffe siano aperte e disponibili a lungo termine. Tuttavia, è importante anche essere pronti a sfruttare la domanda a breve termine nel momento in cui si presenta, come abbiamo visto accadere in alcuni dei mercati che si sono aperti nel 2020. Le promozioni tattiche sono state più importanti che mai negli ultimi sei mesi, e la piattaforma di SiteMinder è ideale per pubblicare rapidamente le proprie tariffe.

Despegar.com

Consigliamo agli albergatori di concentrarsi sulle nuove esigenze degli ospiti, puntando sui prodotti che si adattano a questo nuovo contesto. Consentire agli ospiti di rispondere tempestivamente ai cambiamenti è fondamentale.

followme2AFRICA

Consigliamo agli albergatori di offrire una gamma più ampia di tariffe (ad es. sconti per l'acquisto anticipato, per i soggiorni a lungo termine, per le prenotazioni effettuate in breve tempo, offerte speciali a tempo limitato, ecc.). Queste offerte attirano sia i clienti che pianificano i propri viaggi con anticipo, sia quelli che prendono decisioni in breve tempo. La chiave del successo sta nel creare, nei limiti del possibile, offerte tariffarie dinamiche.



Hotelbeds

Consigliamo a tutti gli albergatori di introdurre degli standard sanitari propri o di adottare gli standard di terze parti. Si tratta di una misura importante che non solo darà al nostro settore maggiore chiarezza sulla risposta alla COVID-19, ma che instillerà anche un senso di sicurezza nei viaggiatori che prenotano un soggiorno, aiutando così il settore del turismo a riprendersi più in fretta.

Lastminute.com

In fase di organizzazione di un viaggio, i clienti cercheranno maggiore flessibilità e tranquillità più che badare al prezzo. Gli albergatori dovrebbero dunque trovare dei modi per adattarsi al diverso comportamento dei clienti previsto per il 2021.

WebBeds

È fondamentale assicurarsi di collegare tutti i migliori piani tariffari e le migliori tipologie di camera. Al momento ciò significa collegarli anche a tutti i nostri brand, ossia Destinations of the World, Sunhotels, JacTravel, FITRuums e Lots of Hotels, che consolideremo in un unico collegamento nei primi mesi del 2021.

Flight Centre Travel Group

È fondamentale rimuovere gli ostacoli alla prenotazione dove possibile. Ad esempio, limitando la durata del soggiorno ad almeno un fine settimana si viene automaticamente esclusi dai nostri risultati di ricerca, mentre vendendo a un prezzo più alto i soggiorni di una notte sola nei giorni più richiesti (ad esempio il sabato) si resta aperti alla vendita e si può ottenere un guadagno extra che non si sarebbe potuto ottenere imponendo delle restrizioni.

Tourplan

Gli albergatori possono prepararsi all'aumento delle prenotazioni previsto per quest'anno rendendo subito disponibili tariffe e inventario, affinché i tour operator possano richiedere preventivi ed effettuare prenotazioni tramite i canali di distribuzione online. Ciò significa stringere accordi con i clienti all'ingrosso (i tour operator) in previsione della ripresa del settore, così da evitare eventuali ritardi quando sarà il momento.

Welcomebeds

Per aumentare il fatturato tramite il nostro canale, è fondamentale diversificare le tariffe per raggiungere tutti i potenziali segmenti di mercato, e in particolare la nostra attività in-house, che include agenzie di viaggio fisiche, tour operator, operatori MICE e pacchetti.

Traveltino

Lavorando con molti hotel, abbiamo notato che avere un'ampia gamma di camere diverse è molto importante, in quanto alcuni ospiti prenotano le camere più lussuose e costose, mentre altri scelgono semplicemente la camera più economica.

HotelTonight

Di recente abbiamo notato che una fetta più ampia delle prenotazioni proviene dai nostri clienti più affezionati. Per attirare al meglio tali clienti consigliamo agli hotel di utilizzare la promozione HotelTonight Perks, creata appositamente per i clienti più fedeli. Le tariffe di HotelTonight Perks hanno una ADR e una durata del soggiorno superiori a qualunque altra promozione di HotelTonight, e hanno un tasso di prenotazione superiore del 17% rispetto a tutte le altre promozioni nei risultati di ricerca.

Hostelworld Group

Per essere posizionati al meglio e guadagnare visibilità sulla nostra piattaforma, consigliamo agli ostelli di riesaminare regolarmente le tariffe e le tipologie di tariffe offerte su Hostelworld e ai nostri clienti. Un altro consiglio è di includere tariffe speciali per chi prenota da dispositivo mobile, ossia il 43% dei nostri clienti. Offrire una tariffa di questo tipo può aiutare a migliorare il posizionamento dell'ostello nei risultati di ricerca e ad attirare i nostri clienti più fedeli.



Jet2holidays

In questo momento è fondamentale caricare le tariffe con almeno due anni di anticipo, in quanto stiamo già vendendo pacchetti per l'estate 2022.



HotelSpecials

Per andare incontro alle esigenze dei viaggiatori nazionali, è necessario assicurarsi di includere sempre la colazione e di offrire servizi extra, come la cena o il check-out posticipato. Bisogna concentrarsi sui segmenti principali anziché passare troppo tempo a rincorrere nuovi mercati.

Voordeeluitjes

In questo periodo pare che la maggioranza dei turisti sia alla ricerca di hotel e pacchetti speciali piuttosto che di soggiorni ordinari. Abbiamo notato questa tendenza in tutti i Paesi Bassi, ma anche in Belgio e Germania. Ciò è dovuto al desiderio dei viaggiatori di compensare l'impossibilità di andare all'estero come farebbero normalmente. Ad esempio, ci sono viaggiatori che vogliono coccolarsi con una cena durante il soggiorno, pranzo al sacco giornaliero, un giro in barca e una bella bottiglia di vino da trovare in camera.



4.

Prospettive 2021: le tendenze previste per i prossimi 12 mesi

Sebbene possa sembrare che la situazione all'inizio del 2021 sia uguale a com'era tre, sei o nove mesi fa, con molti paesi che lottano ancora contro la diffusione della COVID-19, sappiamo che il cambiamento è dietro l'angolo.

Il vaccino è in fase di distribuzione a livello globale, si stanno creando misure migliori per ridurre i contagi, e i viaggiatori stanno ricominciando a spostarsi, anche se prevalentemente sul territorio nazionale. Le persone hanno una voglia innata di esplorare, e passare del tempo fuori casa per rilassarsi sarà il modo migliore per riprendersi dalle difficoltà del 2020.



Ecco cosa ha detto a tal proposito Expedia Group:

“Crediamo che i viaggi uniscano le persone e rendano il mondo un posto migliore. Anche se abbiamo ancora davanti un lungo percorso di ripresa, il desiderio di viaggiare rimane alto, e le persone torneranno a spostarsi se avranno la certezza di poterlo fare in tutta sicurezza. Ora più che mai dobbiamo lavorare insieme per garantire che alla fine della pandemia ci sia un ecosistema di viaggio ricco e diversificato che possa soddisfare l'esigenza dei viaggiatori moderni di vivere esperienze di qualità”.

Ed è qui che entri in gioco tu!

Ecco le principali tendenze attese per il 2021, e i commenti di alcuni dei canali di prenotazione più popolari del settore.

Le prenotazioni last minute resteranno popolari

I viaggiatori di oggi sono piuttosto minimalisti quando si tratta di pianificare, e a buona ragione. La popolarità delle prenotazioni last minute vista nel 2020 proseguirà nel 2021 a causa del livello di incertezza dovuto agli eventi recenti. Secondo il Changing Traveller Report di SiteMinder, quasi tre viaggiatori su cinque a livello globale dicono che, alla luce della COVID-19, prenoteranno il loro prossimo viaggio domestico con solo settimane o giorni di anticipo. Ci sarà inoltre bisogno di flessibilità costante, dato che ormai sappiamo che i programmi potrebbero cambiare da un momento all'altro.

HotelSpecials

“Le vacanze sul territorio nazionale e quelle brevi continueranno a dominare il 2021. Bisogna essere pronti a offrire termini e condizioni flessibili per tutte le tariffe, e aspettarsi ancora più prenotazioni last minute di prima”.

Formazione e crescita delle bolle di viaggio

Possiamo aspettarci l'apertura di più bolle di viaggio senza obbligo di quarantena, fondamentali per i paesi in cui il turismo internazionale gioca un ruolo chiave. Mentre questo documento viene redatto sta per formarsi una bolla tra la Nuova Zelanda e le Isole Cook, ed è molto attesa quella tra Hong Kong e Singapore.

I vaccini contro la COVID-19 non faranno altro che accelerare la formazione di altre bolle di questo tipo.

dnata

“Siamo sicuri che il settore si riprenderà con vigore con l'arrivo dei vaccini”.





Il ruolo della tecnologia sarà sempre più importante

Capire che ci sarà bisogno di flessibilità, velocità e sicurezza quando si tratta di viaggiare significa che gli albergatori dovranno affidarsi alla tecnologia per fornire il miglior servizio possibile e garantire l'efficienza delle operazioni. Un ottimo esempio è il check-in contactless, la cui adozione è stata fortemente accelerata dalla pandemia, che non solo consente di garantire il benessere degli ospiti, ma che ha anche aumentato il loro livello di soddisfazione.

Lastminute.com

“C'è stata e continuerà ad esserci un'accelerazione digitale, aumentata dagli effetti della pandemia COVID-19, che vede il passaggio dall'offline all'online”.



I viaggiatori esigeranno di più, mentre gli albergatori cercheranno l'innovazione

L'attuale crisi ha portato con sé un livello di innovazione mai visto prima nel settore globale dei viaggi: dalla trasformazione degli spazi alberghieri in strutture per la quarantena e per il lavoro, alla creazione di nuovi flussi di fatturato tramite i servizi di consegna di cibo e bevande. Allo stesso tempo, gli ospiti iniziano ad aspettarsi di più quando si tratta di vivere esperienze di qualità.

stglobe

“I turisti non vedono l'ora di liberarsi della tensione accumulata, e quest'anno, stando alle previsioni, c'è da aspettarsi una forte crescita nel settore. Gli albergatori, tuttavia, devono essere coscienti che la maggioranza degli ospiti avrà aspettative più alte in termini di sicurezza, servizi, e modi per divertirsi. Nasceranno nuovi tipi di viaggiatori, e dobbiamo essere pronti a tutto”.

Le misure in materia di salute e la sicurezza resteranno una priorità

Anche quando ci saremo lasciati la pandemia COVID-19 alle spalle, non c'è da aspettarsi un calo degli standard di salute e sicurezza. L'attuale crisi ha messo in luce molte aree in cui pulizia e igiene possono essere migliorate: in futuro gli ospiti non solo si aspetteranno tale miglioramento, ma lo esigeranno.

Hotelbeds

Gli standard di salute e sicurezza sono più preziosi che mai per i nostri clienti che prenotano hotel per i loro clienti, in quanto danno loro un maggiore senso di sicurezza e dunque aiuteranno il settore del turismo a riprendersi più velocemente. Chiediamo a tutti gli hotel nostri partner di introdurre degli standard propri, o di adottare gli standard di terze parti se necessario.

Pacific Bedbank

“Le persone vorranno comunque godersi le vacanze annuali, ma si aspetteranno di passarle in un ambiente igienico e a prova di COVID. In questa nuova normalità, sarà fondamentale fornire schede informative chiare e certificate sui processi di igienizzazione dell'hotel per assicurare gli ospiti dei suoi standard di qualità”.

Il turismo domestico porterà a nuove considerazioni sulla durata dei viaggi

Sebbene la ripresa del turismo internazionale sia ancora agli albori, i viaggiatori continueranno a spostarsi sul territorio nazionale: alcuni approfitteranno della convenienza dei viaggi più brevi, mentre altri cercheranno di viaggiare in maniera più sostenibile e consapevole.

L'attenzione per il pianeta e per i suoi abitanti è cresciuta a livello globale, in particolare alla luce di alcuni degli effetti della COVID-19, come la significativa riduzione dell'inquinamento nelle città più grandi dovuta all'aumento del lavoro da casa. Ciò significa che aumenterà il numero di viaggiatori attenti all'ambiente, e il modo di viaggiare cambierà sempre di più.

Hostelworld Group

“A causa delle restrizioni di viaggio attualmente in vigore a livello globale, prevediamo che i viaggiatori continueranno a passare le vacanze più vicino a casa, viaggiando nel proprio paese o continente”.

Mr & Mrs Smith

“La sostenibilità sarà fondamentale sia per i clienti che per le aziende, e lo sarà a livelli nuovi e più considerevoli. Abbiamo visto nascere nuovi approcci nel settore gastronomico e in quello della moda: ora è il momento del settore dei viaggi. Questo approccio ‘trasformativo’ potrebbe portare a un aumento di quei viaggi da lista dei desideri, in cui chi viaggia alla scoperta di nuovi luoghi e culture vorrà diventare parte di un cambiamento positivo dando qualcosa alla comunità. Speriamo che questi consumatori più attenti prendano in considerazione l’idea di volare meno ma soggiornare più a lungo, magari unendo soggiorni in città, sulla costa e in campagna, oppure viaggiando in automobile o in treno. Ora che il lavoro da remoto ha preso piede, unire lavoro e piacere è diventato più semplice che mai”.

A che velocità ci riprenderemo nel 2021?

Quand'è che il mondo tornerà alla "normalità"? La maggioranza degli esperti sembra essere dell'idea che ciò non accadrà prima del secondo o terzo trimestre dell'anno, mentre altri credono che non torneremo ai livelli pre-COVID prima del 2023.

MyHotelBreak.com

"Da quello che sappiamo al momento, stiamo facendo piani in vista della ripresa degli spostamenti in Europa nella primavera 2021".

World 2 Meet

"Il settore dei viaggi inizierà a cambiare significativamente nel secondo trimestre del 2021. In termini di volume, speriamo di tornare ai livelli pre-pandemia nel 2022".

Tourplan

"Crediamo che i primi quattro/sei mesi del 2021 saranno più o meno uguali alla seconda metà del 2020. Il settore dei viaggi comincerà a riprendersi solo quando i vaccini avranno iniziato a essere distribuiti in un numero significativo di paesi. La ripresa, comunque, ci sarà".

Hotelbeds

"Non ci aspettiamo un aumento repentino della domanda fino almeno al secondo trimestre del 2021, e in ogni caso non ci aspettiamo che ritorni ai livelli del 2019 prima del 2023".



5.

I consigli delle voci più influenti del settore



Sia che si utilizzino 15 canali, sia che si abbia intenzione di collegarsi a un canale per la prima volta, c'è sempre molto da imparare dai leader globali del settore: la quantità di dati sui viaggiatori a loro disposizione è senza pari, e chi meglio di loro sa come ottenere il massimo da ciascuna piattaforma e acquisire nuovi ospiti.

Abbiamo chiesto ad alcuni dei principali canali di distribuzione a livello globale di darci i loro consigli e svelarci i loro trucchi su come avere successo sulle loro piattaforme, come ottenere prenotazioni più redditizie e come prepararsi al 2021. Ecco cosa ci hanno detto:



Airbnb

Offrire termini di cancellazione flessibili sarà fondamentale per garantire agli ospiti la massima tranquillità. Inoltre, questo è un ottimo momento per pensare di trasformare i propri spazi e renderli adatti ai soggiorni a lungo termine.

Booking.com

Il miglior consiglio che diamo alle strutture ricettive partner è di tenere sotto controllo l'Area Opportunità dell'extranet, in cui condividiamo consigli basati sui dati e personalizzati al 100% grazie al nostro strumento **Focus Finder**. L'anno scorso siamo addirittura stati in grado di fornire ai nostri partner consigli specifici per aiutarli a ottimizzare regolamenti e promozioni con l'obiettivo di catturare l'interesse dei viaggiatori e avviarsi verso la ripresa anche in queste circostanze insolite.

Agoda

Consigliamo alle strutture ricettive partner di offrire flessibilità perfezionando la propria strategia di distribuzione, al fine di avere maggiore visibilità tra i viaggiatori frequenti di qualità. Secondo un sondaggio che abbiamo condotto di recente, è probabile che nel 2021 i vacanzieri viaggeranno più spesso con amici e familiari; gli albergatori e i gestori delle strutture ricettive hanno l'opportunità di attirare questo segmento stimolando la domanda locale, tenendosi comunque pronti anche al turismo internazionale.

Expedia Group

Per mettere in risalto la propria struttura e ottenere il massimo dalla piattaforma di Expedia Group, gli albergatori possono:

- Aggiornare i contenuti per comunicare con chiarezza i protocolli utilizzati in materia di salute e sicurezza, caricare tariffe rimborsabili, ecc.
- Controllare e aggiornare i punteggi di qualità e contenuti per rispecchiare al meglio la propria struttura.

Trip.com

Una delle tendenze principali che abbiamo osservato nel settore è stato lo sviluppo delle aspettative dei clienti che si preparano al loro primo viaggio dall'inizio della pandemia. Attualmente i viaggiatori prediligono i viaggi brevi ed esigono prodotti premium a prezzi abbordabili. Alla luce di quanto detto, consigliamo agli albergatori di pensare a una revisione delle tariffe, dei termini di cancellazione e delle promozioni per andare incontro alle esigenze attuali dei clienti.



Scopri in che modo Channel manager di SiteMinder può aiutarti a gestire i canali più redditizi per la tua struttura

[Guarda una demo](#)

Hai domande su quanto hai letto?
Parlane con noi!

[Richiedi una chiamata con uno dei nostri esperti](#)

