

Tutte le iniziative in programma raccontate in un'intervista al country manager Italia Andrea D'Amico

La rivoluzione di Booking

Oltre a nuovi tool, la piattaforma di prenotazione alberghiera lancia servizi post check-in

Non solo una piattaforma di prenotazioni alberghiere. Booking.com rivoluziona la sua natura e lancia nuovi progetti, orientati a stringere il legame con gli utenti e le strutture partner, oltre che all'apertura di nuovi mercati.

Andrea D'Amico (nella foto), country manager Italia, racconta a TTG tutte le sfide in corso.

Tra gli ultimi prodotti, si è molto parlato delle flexible rooms. È una novità che sta piacendo molto. La 'camera flessibile' e la 'camera selezionata al check-in' sono opzioni studiate per ridurre l'inventario sottodata, proponendo stanze che prevedano cambi di categoria.

Ci sono in serbo altre novità per fidelizzare

i partner?

Una novità molto apprezzata sarà sicuramente la funzione di instant messaging di Pulse.

Di cosa si tratta?

Con un'app, la struttura alberghiera entra in contatto con i clienti di qualsiasi lingua, grazie ad una traduzione automatica e istantanea. Uno strumento che credo verrà apprezzato soprattutto dalle strutture più piccole, come b&b e appartamenti, che non hanno una reception.

A questo proposito, ora contate 60mila strutture in Italia di vacation rental. Altri progetti nel segmento?

È un mercato sempre più importante in cui vogliamo continuare ad investire. I trend di crescita sono interessanti



e non vediamo conflittualità rispetto a quello degli hotel.

Il bacino di utenza è diverso e, quindi, un canale di vendita non cannibalizza l'altro?

Sì, il trend delle prenotazioni alberghiere prosegue come ci aspettavamo; il segmento del vacation rental non sta crescendo a discapito degli alberghi.

E l'abusivismo?

Noi effettuiamo controlli all'ingresso e, se ci segnalano irregolarità e le riscontriamo, eliminiamo la struttura dal database e sollecitiamo il cliente a segnalare l'illecito alle autorità.

È evidente che Booking stia cambiando. Dove sfocerà questa evoluzione?

Vogliamo completare l'esperienza di prenota-

zione anche con servizi post check-in. Ad esempio, stiamo testando la vendita dei biglietti dei quattro principali musei di Amsterdam.

Quindi in futuro non venderete più solo hotel, ma anche biglietti e servizi post check-in?

Attenzione, al momento si tratta solo di un test per sondare l'interesse. Inoltre, abbiamo affinato il nostro

algoritmo per rendere la ricerca più personalizzata.

E cosa cambierà nei risultati di ricerca degli hotel?

Includeremo anche 'lo storico' del cliente nei parametri, consigliandogli prima le strutture che rispondono alle preferenze già espresse in passato.


Questo creerà qualche malumore da parte degli albergatori?

Ci è già arrivata qualche richiesta di spiegazioni.

Non si può parlare di rapporto con gli albergatori senza fare cenno alla parità tariffaria...


C'è poco da dire, continueremo ad offrire al cliente il miglior prezzo sul mercato, anche senza parity rate, rimborsando di tasca nostra le eventuali differenze.

Claudiana Di Cesare




Technologies for the tourism. Da sempre.


APPLICAZIONI SOFTWARE PER IL TURISMO
 Agenzie di Viaggio • Tour Operator • Dynamic Packaging



TTG INCONTRI
 PADIGLIONE A5 STAND 121-130
 13-14-15 Ottobre 2016
 Italy - Rimini Fiera, Expo Centre



OGNI CAMBIAMENTO HA BISOGNO DI STRUMENTI GIUSTI.
 Se parliamo di turismo SIAP li ha.



www.siapcn.it