

# FastBooking News

Gennaio 2011



## Il successo su Internet

**A nome di tutto il team di FastBooking, vi porgo i miei migliori auguri per un felice e prospero 2011.**

Tutti gli indicatori sono in rialzo e lasciano presagire un ottimo futuro. Una cosa è sicura: tale futuro si giocherà su Internet. Nessuno dubita più che esso sia il canale che assicura la maggiore crescita, e che il sito dell'hotel sia quello più redditizio, sul quale dovete concentrare i vostri sforzi.

Ma è in atto una nuova rivoluzione. Nello spazio di due anni, il boom degli smartphone (e presto dei tablet) e l'esplosione dei social network hanno conferito una dimensione totalmente nuova a Internet, sconvolgendo gli stili di vita e le abitudini di consumo dei viaggiatori, e influenzando nello stesso tempo il modo di commercializzarsi on-line.

Oggi si assiste all'emergere di un consumatore connesso costantemente, dal PC o dal telefonino, consigliato e influenzato nelle sue scelte da familiari e amici o dalle community con le quali comunica nei suoi social network. Se il potere di siti di viaggio come TripAdvisor resta enorme, quello dei siti che propongono le raccomandazioni di "amici" sembra incalcolabile. Facebook ha già superato Google per numero di utenti, più del 10% dei quali lo utilizzano per organizzare i loro viaggi.

Per voi albergatori, le opportunità di fare affari con Internet non sono mai state tanto grandi e - allo stesso tempo - tanto complesse. Non è più possibile limitarsi a puntare sui motori di ricerca per assicurare la visibilità del vostro sito Internet. Si impone una strategia globale su tutte le piattaforme, che giunga a coprire l'intera catena del valore.

Abbiamo già parlato molto dell'importanza di investire sull'Internet mobile che ubbidisce a regole d'uso diverse (tempi di navigazione più brevi, esigenza di informazioni pratiche, impiego della geolocalizzazione...). Ora si impone il coinvolgimento nei social network, per rispondere direttamente e onestamente ai commenti lasciati dai visitatori, ma anche per promuovere le proprie offerte e intrattenere contatti con gli "amici" sulla propria pagina Facebook, sul proprio blog o sui propri tweet.

I social network non sono la peste da tenere lontana. Essi costituiscono uno strumento straordinario per misurarsi con il mercato, individuare i propri punti di forza e le opportunità di miglioramento. Sono anche una fonte d'informazione essenziale per conoscere le abitudini dei viaggiatori, i loro gusti e le loro motivazioni.

Ultimamente, queste varie sfaccettature di Internet ci aiutano a dare ai viaggiatori l'esperienza online unica e individuale che cercano...prima, durante e dopo la loro prenotazione.

Si prospettano perciò ottime opportunità nel mondo Internet per il 2011. Saremo contenti di poterle scoprire insieme a voi.

## I viaggiatori possono ora pianificare il loro itinerario con FastBooking

FastBooking Engine integrerà a breve un modulo interattivo di pianificazione degli itinerari che comprenderà una funzione di prenotazione camere.

Per le catene e i gruppi alberghieri, questo nuovo strumento è un mezzo fantastico per migliorare l'esperienza degli utenti e promuovere allo stesso tempo le loro diverse strutture.

Grazie a questo modulo, i viaggiatori potranno pianificare il loro viaggio tappa dopo tappa, secondo la durata dei soggiorni o i chilometri che intendono percorrere. Avranno poi la possibilità di scegliere gli hotel nei quali soggiornare a ogni tappa del viaggio.

In base alla data di partenza prevista, alla durata del soggiorno e al numero di persone, il sistema presenta la disponibilità

e i prezzi degli hotel. Per ogni tappa del viaggio, comprese le città di partenza e di arrivo, il sistema proporrà uno o più hotel. Il viaggiatore potrà quindi confrontare l'ubicazione, le caratteristiche e i prezzi degli hotel, prima di prenotare quello che risponde meglio alle sue aspettative.

Grazie all'interfaccia di prenotazione integrata, gli sarà facilissimo prenotare tutti gli hotel del percorso. Il modulo integra anche le funzionalità di Google Maps, in particolare la funzione che consente di modificare l'itinerario trascinandolo sulla cartina. Gli hotel sono contrassegnati da una puntina, facendo clic sulla quale si visualizzano le informazioni essenziali sull'hotel.

Questo nuovo modulo per gli itinerari sarà disponibile a marzo 2011.



## FastBooking apre una filiale in Giappone

Dopo l'Italia, Singapore, l'India e gli USA, FastBooking ha aperto in Giappone una 5ª filiale, nella prestigiosa Cerulean Tower nel centro di Tokyo.

La filiale FastBooking Japan KK è diretta da Toshimitsu "Tom" Fukushima. Tom vanta oltre 20 anni d'esperienza nel support e sviluppo di hotel indipendenti, avendo ricoperto successivamente gli incarichi di Direttore delle vendite e Direttore Regionale per Worldhotels, Pegasus e più recentemente The Charming Hotels (Tcl Group).

FastBooking lavora con gli albergatori giapponesi già da molti anni. Le interfacce cliente e albergatore del Booking Engine

sono disponibili in giapponese dal 2002.

Fino ad oggi, però, il mercato giapponese era gestito da Singapore. Con l'apertura della filiale locale, FastBooking si avvicina ai clienti e sarà in grado di offrire loro più assistenza nella loro lingua, con lo spirito di partnership che la contraddistingue. E anche un mezzo per assicurare i futuri clienti che, a volte, hanno qualche reticenza a lavorare con operatori stranieri.

"Il mercato giapponese è totalmente maturo per l'e-commerce nel campo alberghiero e la richiesta di strumenti hi-tech è molto forte. Gli albergatori, tuttavia, dipendono troppo dagli OTA per commercializzare le camere, sia nel mercato interno, sia in

## Rassegna stampa

"Il social network come Facebook, con i loro 600 milioni di utenti, avranno un enorme impatto sul processo decisionale (di viaggio) dei consumatori agitati".  
*Klara Glowczewska, redattrice, Conde Nast Traveler.*

"L'ultimo decennio ha registrato cambiamenti enormi nel modo di prenotare il viaggio. Le nostre ricerche dimostrano che sempre più viaggiatori programmano le loro vacanze sulla base di specifiche esigenze; e questo influenza il loro modo di cercare l'hotel on-line".  
*Carly Gotz, Direttore di Vendite e Marketing, Great Hotels of the World.*

"Oggi i consumatori restano fedeli ai marchi che comunicano loro qualcosa e rispecchiano il loro stile di vita. I responsabili del marketing devono sforzarsi di ottenere queste informazioni sulla clientela alla quale si rivolgono. Devono poi tenerne conto nella strategia del marchio, nella comunicazione, nel sito web e nella loro strategia per i social network".  
*Pam Dabziger, Unity Marketing.*

"Il social network non si limitano a permettere agli albergatori di comunicare con i singoli clienti, ma consentono anche di comprenderne i comportamenti e la fedeltà in un modo precedentemente impensabile".  
*Grahame Tate, Managing Director Asia Pacific, IdeAS.*

"Gli albergatori informati sanno che i viaggiatori scelgono quasi sempre l'hotel dopo avere scelto la destinazione. Sapendo questo, devono dare ai viaggiatori le "motivazioni" per scegliere la destinazione in cui si trova l'hotel. I viaggiatori cercano su Internet le idee per le attività e i luoghi da visitare; un marketing orientato sulla destinazione può aiutarli anche a trovare il vostro hotel".  
*Neil Salerno, Coach, Council for Hospitality Management Education.*

quello internazionale. FastBooking si è data la missione di aiutarli a sviluppare le vendite direttamente sul loro sito Internet" spiega Tom Fukushima.

Oltre alla tecnologia, FastBooking ha anche la capacità di attirare viaggiatori stranieri, in particolare europei, tramite i suoi programmi di Traffic Builder. Le nostre partnership con i maggiori siti di turismo e la nostra rete proprietaria di portali di prenotazione permetteranno di aumentare all'estero la visibilità dei nostri clienti giapponesi.

## Negresco e Citéa ricorrono a FastBooking per aumentare la visibilità e le prestazioni del loro sito Internet

➤ Nell'ambito della sua offerta Website Package, FastBooking ha da poco realizzato due grandi progetti: la creazione di un sito completamente nuovo per l'hotel Negresco e una nuova versione del sito di Citéa.

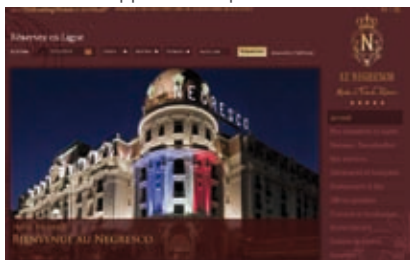
Ciascun progetto è inserito in uno specifico contesto, ma entrambi rispondono a una stessa problematica, cavallo di battaglia di FastBooking: sviluppare in modo significativo la visibilità del sito ufficiale degli hotel e migliorarne le prestazioni nelle prenotazioni.

"Per questo, non si tratta di creare siti standardizzati, accontentandosi di riprendere i colori del logo dei nostri clienti" spiega Damien Balbo, responsabile del prodotto Website Package. "Noi realizziamo siti totalmente personalizzati che tengono conto delle specificità di ciascun cliente e sono veri ambasciatori del marchio. Per quanto riguarda il design, esso risponde esattamente all'impostazione grafica e all'immagine dei nostri clienti.

Per raggiungere questi obiettivi, i siti da noi creati usufruiscono di un'ottimizzazione di prim'ordine in termini di SEO, garantendo il loro posizionamento ottimale nei motori di ricerca e l'accesso a un pubblico qualificato. Essi sono ottimizzati per l'e-commerce, anche grazie alla presenza di link di prenotazione su tutte le pagine e di numerose sezioni destinate alla presentazione dei pacchetti. Si pone

particolare attenzione ad una navigazione facile, chiara e intuitiva che permetta di scorrere facilmente il contenuto del sito. La combinazione di tutte queste tecniche permette di ottenere eccellenti tassi di conversione.

Lusso e prestazioni non sono incompatibili, anzi". Proprio questa era la sfida del progetto del Negresco, per il quale abbiamo dovuto sviluppare un'impostazione



grafica Internet totalmente armonizzata con la nuova identità visiva 'off-line' del palazzo. Durante il lavoro di creazione, i team FastBooking si sono attenuti scrupolosamente alle raccomandazioni grafiche ricevute e si sono sforzati di trasmettere l'atmosfera e la qualità della struttura, in particolare tramite un'incredibile photo gallery in alta definizione.

Per Citéa la sfida era diversa, perché occorreva ottimizzare il sito da un

punto di vista funzionale senza creare una rottura con la versione precedente, salvaguardandone "lo spirito" e i riferimenti. FastBooking ha migliorato notevolmente il design e anche il merchandising delle pagine, in particolare con la presentazione di numerose offerte.

E il risultato sembra essere all'altezza delle attese del cliente. "FastBooking ha realizzato un passaggio senza scosse a un sito più elegante e moderno, in armonia con l'identità visiva di Citéa. Tutte le pagine sono state sottoposte a un lavoro e a un controllo meticolosi per integrarvi le parole-chiave e le espressioni più cercate nei motori. E grazie al nuovo CMS, noi stessi aggiorniamo il contenuto senza alcuna difficoltà" ci confida Marie-Françoise Verdelet, Commerciale e-commerce di Citéa.



Per usufruire della nostra offerta Website Package\* o per qualsiasi informazione, rivolgetevi al vostro Account Manager.

### VITA AZIENDALE

## FastBooking dà il benvenuto a due nuovi Vicepresidenti

FastBooking è felice di annunciarvi l'arrivo di Paul Ponçon e Pierre-Charles Grob con gli incarichi di VP Sales EMEA e VP Revenue Optimization Service.

Il loro arrivo risponde alla volontà di rafforzare ulteriormente le missioni di consulenza tra i nostri clienti e di comprendere meglio le loro esigenze per poter fornire loro soluzioni perfettamente personalizzate.

Entrambi portano in FastBooking una solida esperienza nel management di team commerciali e di marketing e di rapporti con i clienti.

Dopo due anni alla Accord di New York, Pierre-Charles ha lavorato per oltre quattro anni come responsabile marketing ed e-distribution del gruppo Monte-Carlo SBM, cliente storico di FastBooking. Conosce perfettamente le sfide della

distribuzione su Internet ed ha anche l'esperienza in qualità di cliente. Una formidabile carta vincente nel processo di miglioramento continuo del servizio clienti.

Paul ha lavorato per oltre dieci anni nel campo dell'e-business e più in particolare nell'e-travel. Ha creato l'attività eTravel France di Amadeus. Sotto la sua direzione, essa è cresciuta fino a diventare l'attività on-line più importante di Amadeus in Europa.

### Qual è, secondo voi, l'elemento che più distingue FastBooking?



Pierre-Charles Grob: "Gli hotel hanno un'esigenza reale di essere presenti singolarmente e meglio su Internet. Questo è sempre stato il "credo" di FastBooking ed ho la più ferma intenzione di accompagnarli ancora meglio in questa strategia, offrendo loro gli strumenti per prendere le decisioni giuste senza più dipendere dagli intermediari".



Paul Ponçon: "FastBooking ha una mentalità aperta, una capacità di reagire o anche di anticipare le tendenze future e di adottare soluzioni concrete. Vi si trova la forza d'urto di una multinazionale con l'agilità di una società a misura d'uomo. Restando sul campo e ascoltando i clienti, noi sviluppiamo queste soluzioni per adattarle meglio alle loro esigenze".

## Con Hotels4U, FastBooking aumenta la visibilità dei suoi clienti tra i tour operator



FastBooking ha appena siglato un accordo di partnership con **Hotels4U.com** (gruppo Thomas Cook), uno dei principali siti britannici di prenotazione on-line di camere d'albergo, ville e appartamenti nelle principali mete turistiche.

In base a questo accordo, gli hotel clienti di FastBooking aderenti al programma Web Traffic Builder saranno ora accessibili e prenotabili dai siti hotels4u.com e medhotel.com. Questa partnership offre agli hotel una visibilità diretta nelle oltre 8000 agenzie di viaggi internazionali che lavorano con Hotels4U, e contribuisce a rafforzare le iniziative già poste in essere presso le agenzie tramite altre partnership e l'offerta FastBooking GDS. Questo accordo sfrutta anche la ricchissima offerta di FastBooking

nelle principali città del mondo. Permetterà infatti a Hotels4U e Medhotels di migliorare la loro posizione sulle mete cittadine.

"Il nostro obiettivo è aumentare il business on-line dei nostri clienti. Il nostro sito BtoC, FastBooking.com, funziona benissimo tra i viaggiatori privati. Da qualche tempo, però, abbiamo iniziato a rafforzare la nostra presenza e a crearci una reputazione tra i tour operator, che continuano a svolgere un ruolo influente nella scelta degli alberghi, in particolare tra chi viaggia per affari. La nostra partnership con Hotels4U offre il vantaggio di aumentare la visibilità dei nostri clienti tra entrambe queste reagenti", spiega Alain Hirschfeld, Marketing Director, Business Development di FastBooking.

"La partnership con Hotels4U si iscrive nella logica costante di offrire ai nostri clienti una rete di partner di distribuzione mirati e di elevata qualità" aggiunge.

Anche Hotel4U ha accolto con entusiasmo questa partnership. "Il portafoglio di hotel che FastBooking porta con sé si integra molto bene con la nostra offerta. I nostri clienti cercano anche strutture di qualità a prezzi competitivi nelle principali città del mondo. Siamo così in grado di soddisfare perfettamente le esigenze del mercato" dichiara Doug Turner, Hotels4U.com Head of New Product Development.

La partnership entrerà in funzione alla fine del secondo trimestre 2011.

## FastBooking si integra in 2 way con GP Dati

FastBooking ha recentemente annunciato l'implementazione di un'interfaccia bidirezionale tra FastBooking Engine e Scigno Management Suite, il tool modulare di gestione di GP Dati, leader italiana dei sistemi PMS.

**"Il vantaggio è che le prenotazioni, le disponibilità e i prezzi sono gestiti in tempo reale dal PMS."**

Questo accordo risponde a una forte richiesta dei nostri clienti per una soluzione integrata di revenue management, PMS e vendita on-line.

Grazie a questa tecnologia avanzata, gli albergatori potranno

dare impulso alle vendite su tutti i canali di distribuzione, sia elettronici che tradizionali. Il vantaggio è che le prenotazioni, le disponibilità e i prezzi sono gestiti in tempo reale dal PMS. Attualmente è in corso anche l'integrazione di altre soluzioni di FastBooking con i tool di GP Dati.

### ULTIMI ARRIVI



Alfa Fiesta, 4\*  
Budapest, Ungheria



Hotel Ambasciatori, 4\*  
Venezia, Italia



Relais Spa, 4\*  
Chessey, Francia



Moon @ 23 Dickson, 4\*  
Singapore



Montreal Furnished Apartments, 4\*  
Montréal, Canada



Grand Majestic Plaza, 4\*  
Praga, Repubblica Ceca



Phoenicia Hotels, 5\*  
Bucarest, Romaniaa



Mondial Hue Hotel, 4\*  
Hue, Vietnam



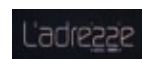
Innotel Hotel, 4\*  
Singapore



Maritim Park Hotel Riga, 4\*  
Riga, Lettonia



The Bella Vista, 5\*  
Panchkula, India



Hotel L'adresse Paris, 3\*  
Parigi, Francia

### NUOVI MEMBRI SU FASTBOOKING GDS



Formosa Park Apartment Hotel, 4\*  
Praia do Ancao, Portogallo



Grand Hotel Adriatic, 4\*  
Opatija, Croazia



Hotel Slovenija, 4\*  
Portoroz, Slovenia



Baan Yuree Resort & Spa, 3\*  
Patong Beach, Thailandia



Red Wall Garden Hotel Beijing, 5\*  
Beijing, Cina



Asia-TH-Grand-China-Princess, 4\*  
Bangkok, Thailandia



First Hotel Paris - Tour Eiffel, 3\*  
Parigi, Francia



Pearl of the Pacific Boracay Resort & Spa  
Boracay Island, Filippine



EuroAgentur Down Town Suites, 4\*  
Praga, Repubblica Ceca



Cendeluxe Hotel, 5\*  
Tuv Hoa, Vietnam

## Sono pronti ad ascoltarvi

FastBooking Sede Centrale	+33 (0)1 44 71 05 20	helpdesk@fastbooking.net
FastBooking Italia	+39 041 532 1919	assistenza@fastbooking.net
FastBooking Asia	+65 6223 2730	ashotline@fastbooking.com
FastBooking Giappone	+81 3 5456-5484	japan@fastbooking.net
FastBooking USA	+1 212 5005950	usa@fastbooking.com
FastBooking Canada	+1 418-688-7113	canada@fastbooking.com
FastBooking America del Sud	+51 (1) 655 24 15	samerica@fastbooking.com

www.fastbooking.net

