

FastBooking News

Ottobre 2010



Rotta sul mobile

Dopo la rivoluzione Internet, i gruppi alberghieri entrano ora senza esitazioni nell'era del turismo mobile, spinto dalla diffusione generalizzata degli smartphones, telefoni intelligenti tuttofare, a cominciare dalla navigazione in Internet.

Con questi apparecchi, l'accesso a Internet è diventato, in meno di due anni, il terzo utilizzo quotidiano del telefonino, dopo le telefonate e gli SMS. Uno studio recente, pubblicato da Juniper Research, valuta oggi un numero di navigatori mobili (utilizzatori di Internet mobile ma anche di MMS) pari a 577 milioni nel mondo. Questa cifra dovrebbe raggiungere i 1,7 miliardi nel 2012.

Nel campo del viaggio in particolare, l'utilizzo di Internet mobile è ampiamente diffuso per cercare informazioni, confrontare le offerte, ma anche per prenotare.

Secondo il centro studi PhoCusWright, il 67% dei viaggiatori e il 77% dei viaggiatori per affari in possesso di uno smartphone lo hanno già utilizzato nell'ambito dei loro trasferimenti e si stima che 1 navigatore mobile su 6 abbia già prenotato almeno un viaggio o un hotel tramite il telefonino.

Da tutto ciò si comprendono meglio gli sforzi compiuti dai marchi, dai gruppi alberghieri e dai centri di prenotazione in prima fila, per proporre ai loro clienti servizi e applicazioni per telefonini. Ogni giorno si assiste alla creazione di un nuovo sito o di una nuova applicazione più user friendly, più ergonomici e dotati di funzionalità sempre più numerose. Una vera corsa alla modernità per viaggiatori in cerca di velocità e di nuovi servizi.

L'Internet mobile è molto diverso dall'Internet «fisso» e gli hotel non possono accontentarsi del loro attuale sito web per conquistare la clientela mobile. Anche se soggetto a particolari limiti (dimensione ridotta delle finestre, connessione più lenta, tempo disponibile più breve...), l'Internet mobile offre d'altra parte moltissime possibilità aggiuntive, legate in particolare al servizio di geo-localizzazione che l'utente mobile non ha tardato ad adottare.

Di fronte a questa realtà, gli albergatori non hanno altra scelta che investire al più presto in una strategia mobile. La posta in gioco è notevole: strategia dell'immagine, della fidelizzazione, conquista di nuovi mercati, nuova fonte di reddito... Per quanto riguarda la prenotazione vera e propria, le vendite effettuate dai telefonini sono ancora marginali, ma registrano una crescita esponenziale e rappresenteranno almeno 160 milioni di dollari nel 2010 solo negli Stati Uniti (PhoCusWright). Gli hotel che investiranno fin d'ora nel mobile potranno beneficiare di una maggiore esposizione e di un rapido potenziale di fatturato.

Soraya Kefs
Chief Operating Officer

Il futuro degli alberghi sarà mobile

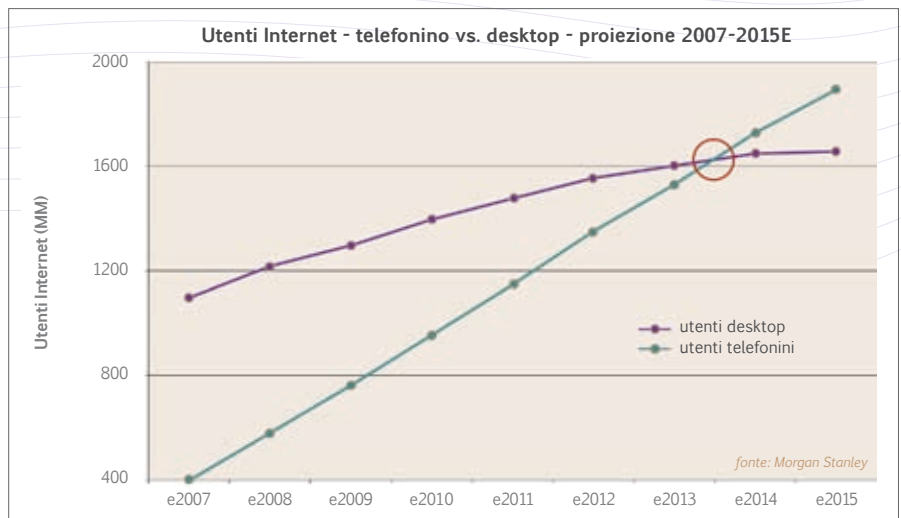
➤ Perché questa infatuazione per l'Internet mobile?

L'esplosione dell'Internet mobile è strettamente legata allo sviluppo degli smartphone. L'Internet mobile esiste da parecchi anni, in particolare con la tecnologia WAP, ma le connessioni erano lente e i servizi molto limitati. I nuovi terminali consentono una navigazione ottimale. Il numero di possessori di smartphone è raddoppiato tra il 2008 e il 2009 e altrettanto quello delle persone che si connettono a Internet con il telefonino. Le cifre sono vertiginose. Tra soli 4 anni, ci saranno nel mondo più connessioni mobili che fisse (Morgan Stanley, Mary Meeker, Aprile 2010)

Quale utilizzo in viaggio?

Il viaggio è uno dei settori più avanzati a livello mobile. Esistono già numerosi siti e applicazioni mobili, molti dei quali integrano la possibilità di transazioni. L'Internet mobile offre un notevole valore aggiunto a livello locale, soprattutto grazie alla geo-localizzazione che lo rende un compagno di viaggio ideale. Il telefonino, inoltre, risponde perfettamente alle esigenze dell'ultimo minuto o di una soluzione d'emergenza. Varie compagnie aeree utilizzano per esempio i servizi di geo-localizzazione e offrono un accesso diretto dal telefonino a una pagina che presenta i prossimi voli in partenza dall'aeroporto locale. Questo risulta molto pratico per i viaggiatori d'affari che possono cambiare il volo all'ultimo momento. In effetti, il telefonino fa nascere nuove esigenze e modifica le abitudini, favorendo gli acquisti all'ultimo momento e improvvisati.

«Il telefonino fa nascere nuove esigenze e modifica le abitudini»



Tra soli quattro anni, ci saranno nel mondo più connessioni Internet mobili che fisse

Qual è la sfida per gli albergatori?

La sfida è multipla. Devono innanzitutto catturare una clientela in movimento, che utilizza sempre più il telefonino per prenotare l'hotel, spesso all'ultimo momento. Per questi utenti è importantissimo poter accedere a un sito ottimizzato per la navigazione dal telefonino, con tempi brevi di

caricamento, un contenuto sintetico e, ovviamente, un canale di prenotazione protetto. Gli albergatori devono anche vedere nel telefonino un'opportunità per fidelizzare la clientela, soprattutto quella business, dotatissima di smartphone. Il telefonino permette di offrire una serie di servizi senza precedenti che contribuiranno a migliorare il soggiorno nell'hotel e che sempre più i viaggiatori si aspetteranno di trovare. Oggi non si tratta più di offrire ai clienti una connessione wifi. Il sito (o l'applicazione) dell'hotel deve diventare una piattaforma

di accesso a una serie di informazioni e servizi. Le possibilità sono infinite: mappe interattive, punti d'interesse turistico nelle vicinanze, accesso al menù del ristorante o al servizio camera, prenotazione della spa... tutto senza passare dalla reception.

Allora, sito mobile o applicazione?

L'applicazione è specifica per il sistema operativo. Permette di sfruttare al meglio le funzionalità di ogni piattaforma e di utilizzare la modalità off-line. Il vantaggio principale di un sito web mobile resta nonostante tutto la compatibilità con la grandissima maggioranza dei telefoni e navigatori mobili. La tecnologia è simile a quella del web classico, e pertanto anche più accessibile. Il sito mobile rappresenta senza dubbio una soluzione eccellente per gli albergatori pronti a lanciarsi nell'avventura mobile.

FastBooking, partner della vostra strategia mobile

➤ Per accompagnarvi nell'universo mobile, FastBooking vi propone una gamma di soluzioni sotto forma di applicazioni per smartphone e di siti mobili. Tutte le nostre soluzioni sono transazionali e integrano la versione mobile del nostro booking engine (FastBooking Mobile Engine), che le rende veri e propri

strumenti di vendita, oltre ad essere supporti di comunicazione «di punta». La gestione di prezzi e disponibilità è totalmente centralizzata in un'unica interfaccia per tutti i vostri canali di distribuzione (sito Internet, sito mobile, applicazione, siti di prenotazione della rete FastBooking...)



Premier Inn sceglie FastBooking per incrementare le vendite all'estero

Con 42 000 camere, Premier Inn è la 1ª catena di alberghi economici britannica. Molto popolare nel mercato nazionale, questa catena cerca oggi di attirare una clientela internazionale e ha deciso di creare un nuovo sito interamente dedicato ai clienti non britannici.

Per condurre a buon fine il progetto, la catena si è rivolta a FastBooking, convinta dalla sua esperienza nell'ideazione di siti di prenotazione, nell'attirare il traffico e nel convertire i visitatori in acquirenti. FastBooking ha fatto ricorso a tutto il know-how del suo team tecnologico e di web design per progettare e sviluppare il nuovo sito www.premierinn.eu. Disponibile in inglese e tradotto in francese, spagnolo, tedesco, italiano (altre lingue in futuro), questo sito unisce

il meglio della tecnologia alle buone pratiche dell'e-commerce ed è totalmente ottimizzato per la presentazione sui motori di ricerca.

E non è tutto. FastBooking si occupa anche della promozione del sito. Grazie ai programmi Hotel Traffic Builder e Web Traffic Builder, FastBooking vuole conferire a Premier Inn una visibilità internazionale e il massimo traffico possibile sul suo sito. FastBooking lancerà perciò campagne di marketing personalizzate per aumentare la visibilità nei motori di ricerca e nei siti di viaggi corrispondenti al target. Il sito Premier Inn international potrà servirsi anche delle partnership con i principali operatori di viaggi e turismo che attirano ogni mese più di 100 milioni di singoli visitatori.



L'intero progetto è finanziato da FastBooking che si fa carico di tutti gli investimenti legati allo sviluppo del sito e alla sua promozione, riservandosi il compenso solo sulle prenotazioni effettuate ed effettivamente utilizzate.

I CONSIGLI FASTBOOKING

Per ottenere un tasso di conversione maggiore, i siti degli hotel devono essere più veloci e avere prestazioni superiori

La rapidità di caricamento delle pagine e le prestazioni tecniche di un sito Internet sono due dei principali elementi dell'esperienza del cliente, con un impatto reale sul tasso di conversione. Una realtà che FastBooking ha sempre tenuto presente, sia nella costruzione dei propri siti, sia a livello del motore di prenotazione: gestione ottimale del contenuto, uso limitato di Flash, immagini leggere, ottimizzazione del codice, disponibilità dei server... Si tratta anche di un consiglio che vi abbiamo sempre dato.

«Il 57% dei clienti on-line attenderebbe al massimo tre secondi, prima di abbandonare un sito.»

Ciò nonostante, molti siti alberghieri hanno ancora tempi di caricamento troppo lunghi, link interrotti o altri problemi tecnici che comportano immancabilmente degli abbandoni.

Uno studio recente di PhoCusWright per Akamai rivela che il miglioramento delle prestazioni di un sito permettono di ridurre il tasso di abbandono degli acquirenti, soprattutto dei viaggiatori per affari.

Secondo lo studio, il 57% dei clienti on-line attenderebbe al massimo

tre secondi prima di abbandonare un sito. Questo tempo d'attesa scende perfino a 2 secondi nella fascia d'età dei 18-24 anni. I viaggiatori hanno anche la tendenza al multi-tasking: 59% di loro fanno altro durante il caricamento di un sito e 19% aprono perfino un altro sito in una nuova finestra se il tempo di caricamento è troppo lungo. Infine, i risultati mostrano anche che molti viaggiatori sono guidati dalle loro precedenti esperienze con un particolare sito e, per poco più di un terzo (34%), un problema tecnico riduce la probabilità di una nuova visita a quel sito.

VITA AZIENDALE

Serve supporto tecnico, aiuto su una prenotazione? Rivolgetevi all'Assistenza !

Per garantirvi assistenza e reattività sempre maggiori, FastBooking ha messo in funzione un servizio di assistenza tecnica e supporto di primo livello.

Dal lunedì al venerdì, l'**Assistenza** è a vostra disposizione per qualunque domanda relativa a una prenotazione

o all'utilizzo dei centralini del back office Internet. Naturalmente il vostro consulente rimane l'interlocutore privilegiato per ogni altra esigenza o studio riguardante l'ottimizzazione delle vostre vendite. Ricordate inoltre che, su semplice richiesta, vi possiamo fornire in qualsiasi momento una

nuova formazione per l'utilizzo del nostro back office.

Potete contattare l'Assistenza via mail all'indirizzo assistenza@fastbooking.net o per telefono al **+39 041 532 19 19**

Moltiplicazione selettiva delle partnership su scala mondiale: una strategia vincente per i clienti di FastBooking

➔ L'aumento della vostra visibilità in Internet presso una clientela internazionale con un alto potere d'acquisto e l'offerta di nuove opportunità di prenotazione sono i principali obiettivi della strategia di partnership di FastBooking con i grandi siti di organizzazione dei viaggi.

Privilegiando la qualità sulla quantità, FastBooking si appoggia a una rete di partner selezionati, dal posizionamento simile (guide di viaggi, comparatori di prezzi specializzati, specialisti di particolari destinazioni...) e rivolti a più mercati a forte potenziale, in particolare in America del Nord, in Asia e in Europa. Questi siti Internet ricevono ogni mese più di 100 milioni di singoli visitatori altamente qualificati.

In questi ultimi anni abbiamo siglato numerosi accordi di partnership con operatori quali **TripAdvisor**, **Via Michelin**, **HotelsCombined**,

«Il volume d'affari generato da queste partnership è aumentato del 28% tra il 2009 e il 2010».

Trivago, Wego, TravelSupermarket o Go Voyages, solo per citare qualche esempio significativo. In tempi più recenti, **London Marketing**, specialista del turismo e del tempo libero di Londra, **Swoodoo**, comparatore di prezzi tedesco acquistato recentemente da Kayak, e **Hotelzon** hanno sottoscritto accordi per promuovere gli hotel clienti di FastBooking.

Con un volume d'affari in costante aumento generato da queste partnership (+ 28% nei primi 9 mesi del 2010 rispetto al 2009), FastBooking intende proseguire la sua crescita completando qualitativamente il numero di canali di distribuzione per le principali destinazioni europee e asiatiche. Nuovi, importanti accordi sono in fase di preparazione per aumentare ancora le prenotazioni dei nostri clienti albergatori.

HOTELZON

Con Hotelzon, FastBooking raggiunge la clientela business e le agenzie di viaggio

FastBooking ha recentemente firmato un accordo di partnership con Hotelzon, uno dei principali operatori europei della prenotazione alberghiera tra i clienti corporate e le agenzie di viaggio.

Hotelzon ha realizzato nel 2009 un volume d'affari di oltre 120 M € e dispone di una vasta rete di agenzie di viaggio nell'Europa Settentrionale (Scandinavia, Russia, Europa dell'Est, GB,...) comprendente i rappresentanti locali di Carlson Wagon Lits Travel, HRC, American Express Business Travel.

Le prime settimane di collaborazione si sono dimostrate promettenti sia per numero di prenotazioni distribuite tra numerose destinazioni (Francia, Italia, Gran Bretagna...) sia per valore medio, per un importo superiore ai 400 € per prenotazione.

Si noti che, su richiesta di Hotelzon, si applicheranno condizioni di annullamento specifiche: senza spese fino a 48 ore prima della data di arrivo, penale massima di una notte a meno di 48 ore o in caso di mancata presentazione

ULTIMI ARRIVI



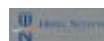
Hôtel Le Lotti, 4*
Parigi, Francia



The Continental Hotel, 4*
Londra, Gran Bretagna



Crans Ambassador Hotel, 5*
Crans-Montana, Svizzera



Hotel Nettuno, 4*
Catania, Italia



Pariss Hotel, 3*
Skudai, Johor, Malaysia



The Bristol Hotel, 5*
Gurgaon, India



Hotel Palace Prato, 4*
Prato, Italia



Royal Biz Taipei, 4*
Taipei, Taiwan



Palazzo Segreti, 4*
Milano, Italia



Paicome Hide Away, 3*
Pai, Mae Hongson, Thailandia

NUOVI MEMBRI SU FASTBOOKING GDS



Presidential Apartments Kensington, 4*
Londra, Gran Bretagna



Pelican Executive Suites, 4*
Miami, USA



Hotel Princess, 4*
Roma, Italia



Hotel Balmoral, 3*
Parigi, Francia



Château Cartier, 4*
Gatineau, Canada



Samba Hotel, 3*
Lloret de Mar, Spagna



Hotel Regnum Residence, 4*
Budapest, Ungheria



Fullon Resort Shenkeng, 4*
Taipei, Taiwan



The Picasso Boutique Serviced Residences, 4*
Makati City, Filippine

Sono pronti ad ascoltarvi

FastBooking Parigi	+33 (0)1 44 71 05 02	helpdesk@fastbooking.net
FastBooking Italia	+39 041 532 1919	supportita@fastbooking.com
FastBooking Asia	+65 6223 2730	ashotline@fastbooking.com
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

FastBooking