

Portali di booking e visibilità on line delle strutture ricettive

Quali sono i portali di booking migliori e come agiscono sulla visibilità degli hotel in rete? Come si riesce a essere più visibili all'interno di un portale di prenotazione on line?

di [Antonello Maresca](#) e [Gianpaolo Lorusso](#)

I portali di booking più visitati nel nostro Paese fanno capo a due pilastri dell'OTA (Online Travel Agencies): **Expedia (proprietaria anche di Venere.com e Hotels.com) e Priceline/Booking.com.**

I dati Comscore del giugno 2009 vedevano entrambi i portali capofila nella top ten dei siti di ecommerce italiani: **Expedia, al secondo posto dopo Ebay, veniva accreditato di 2,6 milioni di visitatori unici, mentre Booking, al decimo posto, poteva contare su circa 1 milione di visitatori.**

Queste statistiche non tengono però conto dei numerosissimi portali a cui questi operatori forniscono i propri risultati e quindi non esprimono appieno il rapporto di forza tra i due leader indiscussi del booking turistico on line.

Per capire quale dei due network funziona meglio non si può neanche considerare esclusivamente il numero di prenotazioni che si ricevono, perché in realtà **la visibilità all'interno dei due network dipende da molti fattori**

differenti, che sono in grado di influenzare in maniera notevole il numero di esposizioni di una struttura e quindi il numero di contatti utili da questa potenzialmente ottenibili.

Oltre ai due leader di settore esistono poi molti altri portali locali o specializzati su specifiche nicchie (benessere, terme, ecc.), a volte anche più visibili dei siti alimentati con i dati dei due principali player del settore.

Ovviamente ogni network ha delle logiche e degli “algoritmi” propri. In termini generali, **vediamo di riassumere i criteri comuni a molti di essi:**

- > Un **buon prezzo** in relazione allo standard ed alla categoria;
- > **Conversion Rate o Indice di Conversione:** una scheda struttura che ha un appeal commerciale, tariffario e di contenuti genera un buon rapporto tra numero di visite e prenotazioni che favorisce il posizionamento nel ranking del portale;
- > **Cancellation Rate o Indice di Cancellazione:** una struttura ha un rapporto di cancellazioni ricevute più alto rispetto ad altre. Questo costituisce un fattore pregiudicante rispetto alle strutture concorrenti con pari requisiti e caratteristiche;
- > **Adesione** costante ed “entusiasta” alle **offerte ed iniziative proposte dal portale**. Si è liberi di dire di no ma il portale si...risente!;
- > **Indice di Popolarità o Reputazione:** i giudizi positivi rappresentano un fattore che impatta virtuosamente sul posizionamento nelle liste degli hotel proposti;
- > **Percentuali di Commissioni** riconosciute: sia in fase di accordo che per iniziative sporadiche il riconoscimento di una commissione maggiore, a patto che l'albergo abbia le caratteristiche di “vendibilità”, costituisce un elemento condizionante in positivo.

Nessun fattore tra quelli espressi sopra, da solo, è in grado però di generare un risultato positivo. E' necessario il concorso di più aspetti per rendere una struttura degna della miglior vetrina.

A parte la visibilità diretta nei network affiliati ai vari portali di booking va poi anche considerato l'effetto di branding che questa presenza è in grado di generare on line. Cioè la possibilità che gli utenti trovata una struttura nel portale la vadano poi a ricercarla in rete per vedere di spuntare un prezzo più conveniente attraverso il contatto diretto (cd. **"Billboard effect"**, cioè letteralmente "effetto manifesto").

Un altro vantaggio non da poco dei portali di booking è quello di fare da **canalizzatori e catalizzatori di commenti**, contribuendo così in maniera determinante a rendere più o meno visibile ed attraente sia **le schede georeferenziate delle strutture all'interno delle mappe collegate ai motori di ricerca**¹, che quelle **nei vari comparatori/aggregatori** (come ad esempio Trivago) presenti sul nostro mercato.

Anche se non c'è una relazione diretta tra il numero delle referenze e la visibilità tra i risultati geolocalizzati è ovvio infatti attendersi che **sia i motori di ricerca che i comparatori tenderanno a dare maggiore visibilità alle strutture che sembrano più affidabili agli occhi del maggior numero di utenti possibile.**

A meno di importanti novità quindi, soprattutto per strutture ricettive molto grandi, **ancora per qualche tempo sarà determinante essere presente in entrambi i network** e in quei portali ben visibili a livello locale o per lo specifico settore di specializzazione della struttura.

Se vuoi votare o suggerire modifiche a questo testo puoi farlo commentando [questo post](#).

www.sito-perfetto.it

¹ Per quanto riguarda la visibilità nelle mappe di Google si veda quanto scritto nell'articolo sui [fattori chiave per il posizionamento nelle Google Maps](#)

Come partecipare a Sito Perfetto

Ci sono quattro possibili forme di partecipazione a questo progetto:

- > **Abbonato** (sarà presto possibile ricevere una newsletter mensile con gli aggiornamenti inseriti nel sito e nell'e-book);
- > **Affiliato** (promuovendo on line gli abbonamenti potrai guadagnare il 30% del prezzo di ogni vendita da te promossa);
- > **Collaboratore Affiliato** (segnalando imprecisioni o nuovi servizi utili si può arrivare a guadagnare fino al 50% del prezzo di vendita);
- > **Autore affiliato** (scrivendo articoli o altri contenuti che poi verranno integrati negli aggiornamenti dell'e-book potrai guadagnare fino al 70% del prezzo di vendita).

Sito Perfetto è aperto ai contributi di tutti i professionisti web, purché abbiano alcune caratteristiche, e cioè, siano: **attinenti alla comunicazione on line, di qualità, originali, esclusivi** (solo per i contenuti a pagamento) e **sintetici**. Non ci interessa “fare pagine”, ma offrire contenuti utili, di alto profilo e al tempo stesso facilmente consultabili anche da non esperti.

Ci piace essere chiari e seguire la legge, per questo non verranno accettati contributi che risultino essere stati estratti o tradotti da altri autori (fatta eccezione per eventuali brevi citazioni). Rimarrai quindi personalmente e direttamente responsabile nel caso di azioni legali intentate a Sito Perfetto per testi da te proposti.

Per essere aggiornati sui nuovi aggiornamenti inseriti [iscriviti alla newsletter](#), diventa fan della [pagina Facebook di Sito Perfetto](#) oppure iscriviti al mio account [Twitter](#).

Il Responsabile Editoriale

[Gianpaolo Lorusso](#)