

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

I cyber-attack possono colpire anche i brand del turismo

notizia pubblicata 10 Giugno 2015 alle ore 13:17 nella categoria Crociere

Secondo i dati della Commissione Ue per la tutela dei consumatori, ben un viaggiatore su tre prenota online. Ma lo sviluppo dell'e-commerce e la spasmodica ricerca di offerte in rete possono però trarre in inganno. Quello che i consumatori non sanno è che spesso affrontano il rischio di fare prenotazioni in buona fede da operatori "fantasma", di solito situati in altri paesi, che offrono agli utenti bonus per le prenotazioni, che si rivelano poi non essere valide o prevedono cancellazioni senza preavviso al cliente. Si tratta di esperti nel traffico che intercettano i consumatori che cercano prodotti a buon prezzo con parole chiave legate al marchio o a una destinazione online, termini come "offerta", "last minute", ecc.

Un rischio però che può riguardare anche i grandi operatori turistici. Alcuni studi realizzati da MarkMonitor, società specializzata nella protezione del brand online, hanno rivelato un'elevata incidenza di cyber-squatter che utilizzando alcuni dei marchi riconosciuti nel mondo dell'ospitalità, deviano una parte del traffico delle potenziali visite dei clienti verso le pagine di prenotazione online dei canali partner dei marchi attraverso tecniche di marketing sui motori di ricerca.

Ciò rappresenta quindi un rischio anche per i marchi alberghieri, dal momento che il traffico di ricerca può venir intercettato da agenzie di viaggio online (OTA) e potenzialmente dirottato sulla concorrenza. La conseguenza è che i marchi alberghieri perdono clienti e introiti a vantaggio della concorrenza oppure pagano commissioni inutili.

Inoltre, dallo scorso novembre ci sono le nuove estensioni dei gTLD (general Top Level Domains): ovvero i domini .vacations, .cruises, .holiday e .voyage per citarne alcuni, che permettono alle aziende di pianificare nuove campagne marketing vantaggiose e interessanti per i consumatori, ma che potrebbero anche nascondere la possibilità di nuove truffe online.

"I nuovi gTLD stanno aprendo un nuovo mondo di opportunità per tutti gli operatori del commerce online. Stiamo lavorando a stretto contatto con i nostri clienti per essere pronti a proteggere il loro brand online da possibili attacchi dai professionisti del crimine online che operano pari passo delle nuove tecnologie", commenta Jerome Sicard, Regional Manager per il Sud Europa di MarkMonitor.