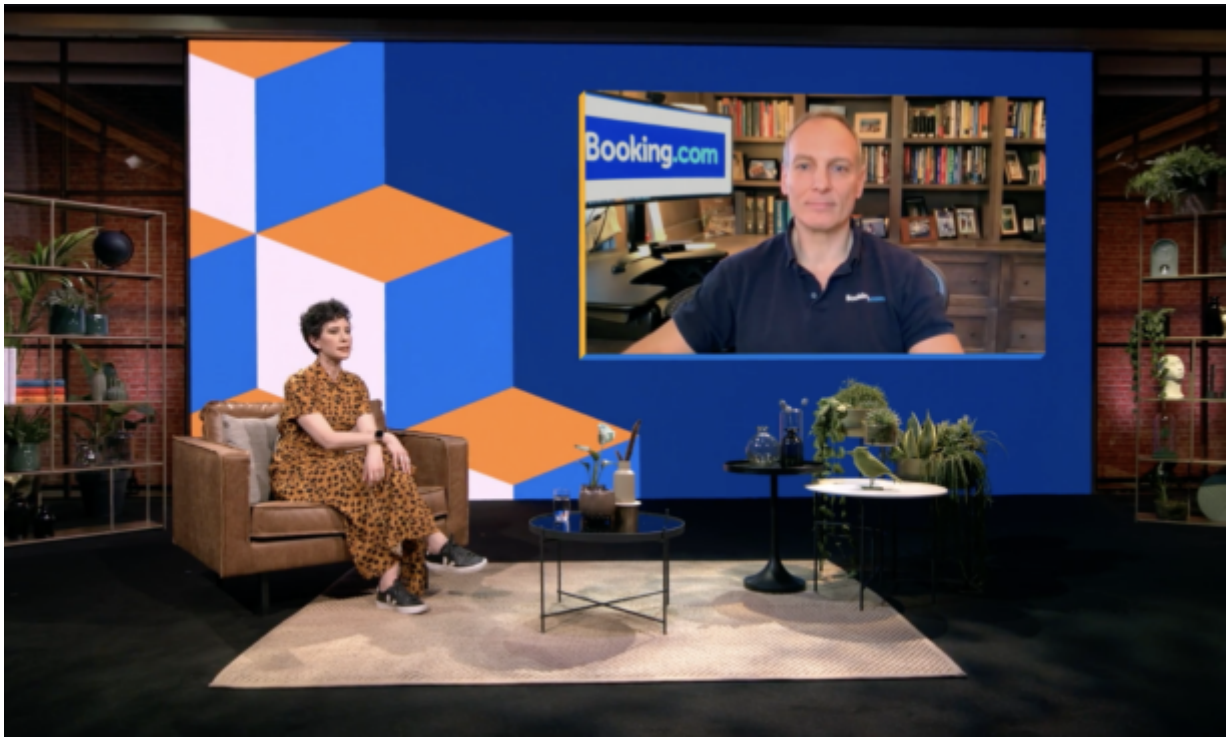
Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Booking.com condivide la sua visione sul futuro dei viaggi all'evento annuale per i partner

notizia pubblicata **16 Marzo 2021** alle ore **10:41** nella categoria **Turismo**



Mentre il settore dei viaggi sta vivendo uno degli anni più decisivi di sempre, in occasione di 'Click.', summit annuale per i partner, Booking.com ha condiviso la propria visione su cosa contribuirà a delineare la ripresa e il futuro dei viaggi, e le sue priorità per il 2021 e gli anni a seguire. Il summit è iniziato con un intervento ottimistico del ceo Glenn Fogel sulla ripresa del settore. "I vaccini hanno portato una ventata di speranza: col tempo ci riporteranno in un mondo in cui tutti condividiamo la gioia di viaggiare. Booking.com farà del proprio meglio affinché quel giorno arrivi il prima possibile, lavorando con tutti [i suoi partner]", ha detto Fogel.

Booking.com intende concentrare le proprie energie sulla collaborazione: vuole stimolare la domanda per i fornitori di tutto il settore, ascoltare i suoi partner nel mondo e rispondere alle loro domande, e continuare a semplificare l'esperienza di viaggio sia per chi la rende possibile sia per i clienti. Da questo evento virtuale è emerso che nei mesi a venire Booking.com adotterà una serie di iniziative per garantire un futuro dei viaggi migliore e più luminoso. Queste includono aiutare i partner ad attirare la domanda, ottimizzare la piattaforma per i pagamenti e il programma fedeltà Genius, e permettere ai partner di condividere più facilmente con i clienti le informazioni relative alle iniziative sostenibili.

All'evento Click., Booking.com ha spiegato in che modo garantirà ai suoi partner la consulenza strategica, i prodotti, gli strumenti e i servizi necessari per catturare la domanda, dato che questa è l'esigenza più

sentita dai partner al momento. Poiché l’obiettivo è far tornare la domanda a breve e lungo termine, la priorità assoluta per Booking.com continua ad essere fare in modo che i partner ricevano più ospiti e più prenotazioni. In un recente studio di Ernst e Young commissionato da Booking.com, il 91% delle strutture di piccole e medie dimensioni intervistate ha affermato che le piattaforme di viaggio online aiutano a ottenere prenotazioni incrementali. Inoltre, l’80% delle persone che utilizzano una piattaforma di viaggio online non appartengono al mercato a cui solitamente si rivolgono le strutture ricettive, quindi piattaforme come Booking.com aiutano gli utenti a trovare strutture che altrimenti non avrebbero mai scoperto.

Offrire ai clienti un valore aggiunto trasmettendo fiducia e trasparenza è da tempo una priorità per Booking.com: la piattaforma garantisce un’ampia scelta, una visualizzazione semplice di prezzi e disponibilità e informazioni che tutti possono comprendere e confrontare. In questa ottica, il costante investimento e l’espansione della piattaforma di pagamento di Booking.com giocano un ruolo fondamentale, consentendo ai viaggiatori di pagare con il metodo che preferiscono e riducendo al tempo stesso il carico di lavoro e i costi per i partner.

Booking.com ha condiviso la prospettiva per il futuro del suo programma fedeltà Genius, per aiutare le strutture ricettive a ottenere ancora più visibilità, ricevere più prenotazioni e far crescere il loro business nel 2021 e negli anni a venire. L’espansione del programma mira a estenderne il valore a un maggior numero di clienti, aumentando la visibilità delle strutture Genius e indirizzando ulteriori viaggiatori verso questi partner. Questa evoluzione è in linea con l’impegno di Booking.com nel portare business a chi opera nel settore dell’ospitalità man mano che si potrà tornare a viaggiare.

Questo è un periodo impegnativo per il settore dei viaggi, ma anche un’opportunità per ricostruire insieme un’industria più sostenibile, una priorità a lungo termine per Booking.com, come ribadito in occasione di Click. Secondo un recente sondaggio, il 70% dei consumatori sarebbero più propensi a scegliere un alloggio se sapessero che questo sta adottando pratiche sostenibili. Per aiutare i consumatori a fare scelte di viaggio sostenibili e i partner a catturare l’interesse dei consumatori, Booking.com incoraggia questi ultimi ad aggiornare tutte le pratiche sostenibili nell’extranet, il portale dei partner di Booking.com, perché è importante mettere in evidenza anche le piccole iniziative.