

Internet sempre più al centro del processo di creazione dei viaggi degli italiani

notizia pubblicata 12 Febbraio 2020 alle ore 11:52 nella categoria Turismo



Nel corso delle ultime vacanze estive l'82% degli italiani ha utilizzato internet per informarsi e/o prenotare il proprio soggiorno tra giugno e settembre 2019. È quanto si evince dal report Nielsen Travel & Leisure, basato su 1.500 rispondenti di età compresa tra i 18 e i 74 anni e realizzato a ottobre 2019, presentato a Bi2020.

Internet è uno strumento rilevante in tutte le fasi del path-to-purchase delle vacanze, dalla scelta, all'organizzazione fino all'acquisto. Il 30% degli intervistati dichiara di aver tratto ispirazione per la scelta della propria meta navigando e/o consultando siti/forum specializzati in viaggi.

Il 71% ha raccolto informazioni leggendo almeno una fonte online. Questa pratica interessa in maniera uniforme tutte le fasce di età fino ai 54 anni, con una caduta sui 55+. Se i motori di ricerca e i siti di recensione sono tra le fonti più utilizzate, i blog/forum e gli influencer sono consultati rispettivamente dal 17% e dal 5% del campione, a testimonianza della possibilità di poter includere nelle proprie considerazioni esperienze concrete. La fonte più affidabile è considerata comunque il sito degli enti turistici locali.

Il 37% ha prenotato la propria vacanza completamente online, mentre il 71% ne ha prenotato almeno una parte. Se si considera chi ha soggiornato all'estero, coloro che hanno prenotato tramite Internet almeno una parte del viaggio raggiungono l'81%.

"In un contesto in cui nel 31% dei casi le vacanze sono prenotate entro 30 giorni dal soggiorno – dice

Lorenzo Facchinotti, Analytic Consultant Manager di Nielsen – Internet rappresenta per le imprese del turismo un canale strategico, tramite cui veicolare le offerte in maniera altamente personalizzata. La sfida oggi non è tanto essere online, quanto utilizzare le possibilità e gli strumenti offerti dal canale per profilare e quindi raggiungere i potenziali clienti nei modi e nei tempi più adeguati rispetto al loro stile di vita”.

L’ampio utilizzo di Internet impone anche un ripensamento del posizionamento dei canali tradizionali. Infatti il 34% degli Italiani ha prenotato la propria vacanza ricorrendo in parte al digital e in parte all’offline. Tra questi, la soddisfazione rispetto alla semplicità del processo di prenotazione è tuttavia di 4 punti percentuali più bassa rispetto a chi ha utilizzato solo Internet e di 11 p.p. più bassa rispetto all’agenzia (dove si riscontra il valore più elevato di soddisfazione).

“L’obiettivo – continua Facchinotti – è in questo senso, riuscire a creare esperienze multicanale in grado di semplificare il processo di prenotazione e far percepire ai clienti il valore aggiunto dei contenuti/servizi offerti”. La nuova release del report è prevista per marzo 2019.