Priceline punta sul business travel con "Booking.com for Business"

Una mossa inaspettata, che mette sotto scacco il settore del **business travel**: è Booking.com for Business, un nuovo servizio dedicato ai viaggiatori d'affari e lanciato la scorsa settimana senza proclami ufficiali ma solo con campagne mirate su google e social network. Se già era pratica diffusa prenotare viaggi aziendali tramite Ota, ora dalla società del gruppo **Priceline** arriva un motivo in più per farlo.

Si tratta infatti di una piattaforma pensata sia per il **libero professionista** che prenota da sè i suoi viaggi, che per le **piccole e medie imprese** che hanno bisogno di un servizio dedicato per la gestione delle trasferte.

Per ora non contiene quindi offerte specifiche per chi fa viaggi per lavoro, ma ripropone il contenuto di Booking.com con un'organizzazione diversa che permette di **tenere traccia delle trasferte e del budget a disposizione**.

Una volta registrato un profilo aziendale, infatti, è possibile aggiungere altri account di booking per gestire tutte le prenotazioni aziendali in un unico posto, come da schema più in basso, con tre livelli gerarchici: il "**travel organizer**" è colui che può gestire tutte le prenotazioni e i report, il "**travel booker** " è un altro utente di Booking.com che può sia prenotare in autonomia dal proprio account e inviare i dati all'account aziendale, sia ricevere sul proprio account una prenotazione dal travel organizer. Infine il "**contatto semplice**" è un utente aziendale che non ha un account Booking.com ma che può essere salvato per future pre-compilazioni automatiche.

booking business

Una mossa fatta evidentemente per fidelizzare ulteriormente una categoria di clienti che **Booking.com** già conosce benissimo dato che tra i motivi del viaggio spesso si dichiara spontaneamente di farlo per lavoro.

Non è invece tra gli obiettivi della società quello di offrire un servizio più completo con l'aggiunta della biglietteria aerea, come ha spiegato il responsabile di prodotto di Booking.com for Business **Ripsy Bandourian** a Mission: "Il nostro focus rimane incentrato sulle strutture alberghiere: il target della piattaforma sono le piccole imprese che non hanno una travel policy aziendale".

Bandourian sostiene inoltre che dai loro dati risulta come spesso **il volo viene prenotato in anticipo** e solo successivamente ci si dedica alla ricerca dell'hotel più adatto. Per questo loro intendono

rispondere solo a questa esigenza con un'offerta di oltre 600mila strutture.
http://www.booking.com/business.it.html