Ricerca Trekksoft: le esperienze turistiche volano sul web

Secondo quanto riportato da una ricerca di **Trekksoft**, fornitore di servizi software per tour operator e attività turistiche, le prenotazioni last-minute riguardavano fino a poco tempo fa solo le camere vendute da alberghi e altri tipi di fornitori di alloggi. Questa tendenza è lentamente entrata nel settore delle escursioni, poiché molti operatori del settore hanno iniziato a investire in un sito web professionale con possibilità di prenotazione e pagamento online.

"L'analisi dei dati che ci vengono dati dal settore e la crescita costante che vediamo quotidianamente con i nostri clienti conferma più di prima quanto sia necessario mantenere e se possibile incrementare gli investimenti in strategie di posizionamento e networking online per vendere attività o escursioni, o esperienze turistiche - spiega **Tommaso Peduzzi**, Country Manager Trekksoft Italy - L'adozione di reservation system e l'implementazione di connessioni API divengono quindi una fisiologica conseguenza per chiunque orienti la propria attività verso questo settore in evidente crescita. Tra i dati emergenti più interessanti - prosegue Peduzzi- si nota come nel mercato on line di tour e attività ci sia una crescita notevole del web con i rivenditori e l'ingresso dei grandi marchi come Viator, GetYourGuide, Musement, Expedia, Booking.com, Airbnb. Abbiamo così un incremento della penetrazione online in costante crescita: +11% (2011) +17% (2016) + 21% (2020), unitamente possiamo anche notare un Incremento dell' utilizzo di Reservation System +14% (2011) e + 45% (2016)".

Come rileva Trekksoft la metà dei consumatori acquista ancora tour e attività, in ogni loro declinazione, nei 2/3 giorni precedenti al servizio e soprattutto le "esperienze", che spiccano per contenuti autentici e quindi meno standardizzabili, sono spesso meno reperibili in una logica "on demand".

"L'adozione di uno standard tecnologico condiviso e di una nuova consapevolezza tra gli operatori sta comunque riducendo la forbice tra domanda e offerta di esperienze autentiche e tra le diverse sotto-categorie di attività si continua a registrare la crescita del comparto "bike" e la vendita di itinerari legati al gusto - prosegue Peduzzi - In entrambi i casi il turista ricerca un offerta di viaggio esperienziale che soddisfi il bisogno sempre più forte di sentirsi parte attiva dell'esperienza, protagonista delle attività che svolge e di portarsi a casa delle memorie di viaggio da poter condividere".

Il cliente e le aziende si incontrano sempre di più sul web, ma nonostante tutto ci sono ancora alcune sfide lungo il percorso come la frammentazione e la tecnofobia dei fornitori con la carenza di standard operativi nel settore. La vendita di attività turistiche in futuro avrà più canali di distribuzione on line, é un dato di fatto che ancora fatica ad essere riconosciuto dall'industria.

Tendenze e acquisti on line

Secondo Phocuswright il 38% delle prenotazioni per tour e attività si verifica nello stesso giorno o fino a due giorni prima del viaggio. Oltre a questo, le prenotazioni avvengono "in-destination", mentre i consumatori sono già in viaggio. Il numero cresce fino al 53% se guardiamo le prenotazioni entro una settimana, mentre solo il 19% di queste attività sono state prenotate più di un mese in anticipo.

Mentre Google riferisce che la maggior parte di queste prenotazioni last minute avvengono tramite mobile, e le prenotazioni da cellulare continuano a crescere, Smart Insights afferma che i tassi di conversione complessivi per la prenotazione di viaggi sono ancora troppo bassi sul mobile.Un motivo per questa discrepanza nel comportamento è che l'esperienza di prenotazione mobile è ancora subordinata a quella su dekstop.

Google ha scoperto che "il 54% dei viaggiatori in vacanza e il 69% dei viaggiatori d'affari dicono che i limiti e l'usabilità mobile sono i motivi principali per le prenotazioni tramite un altro dispositivo".

La vera tendenza qui è che l'80% dei viaggiatori con smartphone ha detto passerebbe in un altro sito o app se il tuo non soddisfa le sue esigenze. Ciò significa che potresti perdere le prenotazioni e che i turisti potrebbero prenotare con i tuoi concorrenti.Quando si tratta di prenotazioni last minute per escursioni e attività, Phocuswright ha evidenziato che a differenza degli albergatori, le prenotazioni dello stesso giorno tramite Online Travel Agents non funzionano. Ciò è dovuto principalmente alla pianificazione e alle restrizioni logistiche. Hanno scoperto che il 41% degli operatori richiede una prenotazione da registrare almeno un giorno in anticipo, mentre solo il 24% consente di effettuare prenotazioni lo stesso giorno.