SMW - Il social media come strumento per Stifanelli, AirBnB

All’inaugurazione della SMW di Roma anche **Matteo Stifanelli, country manager Italia di AirBnB**, app californiana che sta rivoluzionando il modo di pernottare in giro per il mondo. Anche per il BT: “Siamo quelli di prima ma che lavorano con un nuovo strumento. Noi non siamo quelli dei social media tout court. Per far funzionare il nostro business servono i social media. Come per molti altri business serve l’elettricità”. AirBnB propone ad oggi 800mila offerte e 21 milioni di persone hanno soggiornato nel mondo attraverso questa piattaforma: “ma il dato molto interessante è che già un milione di persone ad aprile hanno soggiornato nel 2014 in Italia, la gran maggioranza, stranieri. E l’Italia è al terzo posto per offerte dopo gli Stati Uniti e la Francia”. Italiani che hanno scoperto AirBnB all’estero e che ora lo stanno utilizzando anche in Italia.
“Noi siamo un ottimo esempio di **Sharing Economy**, ovvero fare business con spazi e cose già esistenti, come le seconde case, le camere libere, etc” dice Stifanelli. Il country manager Italia sottolinea come AirBnB punti molto al servizio, alla qualità dell’offerta, ma anche al post viaggio, con “le recensioni degli ospiti e delle location pubblicate insieme. Noi vogliamo e dobbiamo esser sempre presenti”. Naturalmente sui social media e con un customer care sempre connesso, in 16 lingue. Un’opportunità per tutti, sia per i professionisti, B&B, affittacamere, etc, sia per i non professionisti “serve però una regolamentazione, che è già positiva, ma meno frammentaria”. Perché AirBnB può aiutare anche durante eventi come l’**Expo**: “ a Milano ci sono 54 mila posti letti e, solo per l’evento, si attendono 100 mila persone al giorno…dove li mettiamo? Per questo stiamo parlando con il Comune di Milano”.