Il mondo di Expedia in scena a Bto

Alla **Bto di Firenze** non poteva mancare **Expedia** e il suo mondo, presentata da **Walter Lo Faro**, senior Director, Market Management Southern Europe & European Regional Territories della olta statunitense. Che, nel suo intervento, parla della continua innovazione che la sua società persegue tutti i giorni, "come lo *Scratchpad*, valido per tutti i device, che dà ai nostri viaggiatori la possibilità di seguire in ogni momento le sue prenotazioni". Tra le novità targate Expedia anche quelle inerenti agli *smartwatch* e a tutta la tecnologia indossabile, "al momento gestiti con Android" spiega Lo Faro.

Al pari della tecnologia Expedia lavora però anche sul lato umano, ovvero sulle abitudini di ricerca e acquisto dei clienti nei 30 paesi dove Expedia è presente: "I siti per ogni paese li costruiamo plasmati sulle abitudini del mercato a cui si riferisce - dice Lo Faro -. Ad esempio in Brasile si compra a rate, in Cina si sta molto attenti a dove si prenota l'albergo...e da questo osservatorio privilegiato vediamo come Polonia, India, Taiwan e Corea i paesi più in crescita per l'incoming in Italia".

Siti in cui Expedia dà molta attenzione ai contenuti che gli stessi partner caricano: "abbiamo realizzato un semaforo per i contenuti dei nostri fornitori, grazie al quale vediamo che chi segue i nostri dettami ha *conversion rate* maggiori di circa il 2%" commenta Lo Faro, che cita la sua ad Dara anche per descrivere la nuova app targata Expedia per i tablet: "Non vogliamo fare della *frakesteinasation* per i tablet. L'abbiamo fatto ex-novo".

Infine Lo Faro snocciola un po' di numeri della galassia Expedia: "abbiamo 18 marchi nel gruppo, con oltre 7mila dipendenti . Gestiamo 30 valute e 38 lingue". Un gigante che, però, deve continuamente fare i conti con **Google**, "su cui spendiamo 2,2 miliardi di dollari di pubblicità, il 6,6% delle nostre entrate" chiosa Lo Faro, che fa gli auguri ad **Amazon Travel**, nuovo attore nel già superconcorrenziale settore del travel online.