Prenotare una camera con Instagram e Twitter...

"Sono due notti in più lascio". Speriamo di non dover mai sentire la tanto abusata frase dei salumieri per vendere un po' più di prodotto legata però alla vendita delle camere di albergo. Perché queste, ormai, si vendono dappertutto. Soprattutto online. Ecco quindi lanciarsi nel mondo del booking di hotel anche due social tra i più diversi come **Instagram e Twitter**.

Sul social delle foto comprato da Facebook per un miliardo di dollari è stata la catena **Conrad Hotels and Resorts, gruppo Hilton**, a lanciare la possibilità ai suoi follower di prenotare gli alberghi nel suo portfolio semplicemente cliccando sulle foto che li descrivono. Grazie alla tecnologia Like2Buy di Curalate. "Il punto importante per Instagram è l'ispirazione" commenta il vice presidente marketing della catena Stuart Foster, che spiega come l'idea l'abbai mutuata dal mondo della moda. Non per nulla secondo PhoCusWright Instagram è il terzo social network più usato dai viaggiatori, al 29% (che sale 50% per i Millenials), contro l'83% di Facebook e il 38% di Twitter ma con un *engagement* molto maggiore per i brand: 58 volte di più rispetto a Facebook e 120 volte rispetto a Twitter secondo Forrester.

Twitter appunto, utilizzato invece sin dal 2013 da **Loews Hotels** per le prenotazioni, operazione facilmente attivabile attraverso un tweet a @Loews_Hotels specificando l'hashtag #BookLoews.