Prenotazioni dirette: ecco come Tripadvisor, Google, Facebook e Trivago si 'fanno furbi'

Non c'è solo **Federalberghi** a pubblicizzare la prenotazione diretta all'hotel a discapito delle Ota con la sua campagna "Fatti furbo". Iniziano infatti a proporla anche tutti quei siti web che oggi si limitano a dare informazioni sugli alberghi come metamotori ma che stanno provando a far evolvere il proprio modello di business nel settore travel.

tripadvisorParliamo ad esempio di **TripAdvisor** che negli Usa sta testando la funzione di **Instant Booking** ormai da diversi mesi e con cui consente di prenotare direttamente l'albergo senza uscire dal sito del 'Gufo' in cambio di una commissione che va dal 12 al 15%. Si tratta di una funzionalità avanzata del sistema **Trip Connect** che invece è già attivo in Europa e consente alle strutture che hanno un booking engine di effettuare la prenotazione direttamente sul proprio sito. In questo caso Trip Advisor funziona da metamotore e mette in competizione la tariffa dell'albergo con quella delle Ota, ora non più gravate dalle clausole di parity rate.

trivagoAnche **Trivago** sfrutta la sua fama da metamotore per proporre agli alberghi il profilo **Hotel Manager Pro** che permette di far visualizzare in primo piano le offerte e i contatti del proprio sito web nonché effettuare il direct booking senza passare dalle Ota.

Hotel-Rouge-google-instant-bookingPochi giorni fa **Google** ha seguito Tripadvisor sulla strada dell'Instant Booking e ha lanciato il servizio negli Usa, come riporta Tnooz: il sistema di prenotazione diretto sfrutta le funzionalità di booking engine come quello di Sabre per effettuare il pagamento senza uscire da Google, tramite il sistema di pagamento Google Wallet. Sabre inoltre sta sperimentando con Google anche un software per permettere la prenotazione dell'hotel direttamente dalla ricerca organica di Google search e Google maps.

f6Per finire **Facebook** da febbraio scorso ha lanciato il tasto "Prenota subito" come call to action da inserire in copertina della propria fanpage aziendale, come racconta MindLabHotel. Il tasto è collegabile a un link di propria scelta, con ogni probabilità il proprio motore di prenotazione e in teoria ha costi zero. In teoria perché per rendere visibile quel tasto l'hotel dovrà investire in Facebook Advertising.

E proprio da questo forse dovremmo concludere che **non è possibile farsi furbi**: se nel caso di Trip Advisor e Trivago la prenotazione diretta prevede una commissione o il pagamento di una

sottoscrizione, stiamo parlando di fatto di una nuova Ota. Se poi Google e Facebook consentono gratuitamente la prenotazione diretta, questa è comunque subordinata al costo dell'investimento pubblicitario. In pratica chi si crede furbo in realtà passa comunque tramite altri intermediari per far conoscere la propria offerta.