Quanto spendono in pubblicità online Booking.com ed Expedia

State per fondare una nuova Ota per dare filo da torcere ai big dell'online travel? Avete un'idea rivoluzionaria per una startup che cambierà il modo in cui le persone prenotano i viaggi su internet? Vi hanno incaricato di realizzare l'ennesimo portale regionale che disintermedierà **Booking.com ed Expedia**?

Prima di lanciarvi in questa avventura è giusto che sappiate quanto spendono ogni giorno in pubblicità online i due leader di mercato per mantenere la loro posizione dominante.

Secondo i dati forniti da Tnooz il gruppo **Priceline**, di cui fanno parte Booking.com, Agoda, Villas e Kayak per citare i brand più noti, ha speso nel 2015, 2,8 miliardi di dollari in pubblicità online (in crescita del 16% rispetto ai 2,4 miliardi del 2014).

Il gruppo **Expedia**, di cui fanno parte anche Venere, Trivago, Hotels.com e, da poco, HomeAway, ha invece speso nel 2015 la bellezza di 3,3 miliardi di dollari in advertising (+23% rispetto al 2014).

La maggior parte dei soldi viene spesa per stare ai primi posti su **Google** per le chiavi di ricerca relativi agli hotel. Se andiamo a fare due conti vediamo che la spesa media giornaliera di Priceline è di oltre 7,6 milioni di dollari. Che diviso per le 800mila strutture che ha Booking.com nel suo inventario equivale a circa 9,5 dollari al giorno per ogni hotel.

Questo dà un'idea del perché sia molto difficile entrare in un mercato così competitivo che attraverso acquisizioni e accordi tra i big si sta sempre più concentrando nelle mani di poche grandi aziende.