Trivago Express Booking esordisce anche in Italia: aiuterà gli hotel ad avere prenotazioni dirette

A due anni dal lancio, e dopo diverse esperienze positive, è ora disponibile anche in Italia **Trivago Express Booking**, il sistema lanciato dal metasearch per permettere agli hotel di ricevere prenotazioni dirette sul proprio sito senza che il visitatore abbandoni il sito di Trivago.
L'obiettivo è aumentare le conversioni, vale a dire il numero di ricerche che si trasformano in prenotazioni, con un'esperienza utente **seamless**, senza ostacoli, che non crei disorientamento nel visitatore con cambi di sito, grafica e strumenti di prenotazione.
Come infatti spiega sul blog di Trivago **Pablo Delgado** di Mirai, partner tecnologico del metasearch: "Senza prodotti simili (proposti anche dai competitor di Trivago, nda), il numero di utenti che completa la prenotazione dopo essere stato reindirizzato al sito web dell'hotel o a un sito di prenotazione diminuisce drasticamente, soprattutto se la ricerca viene effettuata tramite un'app. Il motivo è che il cambiamento di design con l'apertura della nuova finestra è un elemento di disturbo per l'utente, soprattutto sui dispositivi mobili, dove tutto è più complicato. L'obiettivo di prodotti come trivago Express Booking è proprio quello di eliminare questo "attrito" per semplificare l'esperienza degli utenti e renderla più fluida. A differenza di altri prodotti simili, trivago Express Booking offre agli hotel il vantaggio di avere il proprio logo visibile durante ogni fase, permettendo agli utenti di abbandonare il processo in qualsiasi momento e continuare sul sito web dell'hotel".
Abbiamo chiesto a **Giulia Eremita**, industry manager di Trivago, se non teme che la semplificazione del processo di prenotazione non porti a confondere il servizio offerto dal metasearch, che compara diverse Online travel agency e il sito dell'hotel, con un vero e proprio sito di prenotazione. Il contratto infatti è sempre sottoscritto dall'utente con l'albergo che poi riconosce a siti come Trivago una commissione in pay per click: in sostanza paga per il numero di visitatori che cliccando dal sito di Trivago sono andati sul sito della struttura alberghiera.
"Come canale di marketing - spiega Giulia - lavoreremo sempre per offrire la migliore esperienza d'uso del nostro metasearch e pensiamo che aiutare gli utenti a non perdersi dopo il click da trivago sia comunque parte della nostra missione. Abbiamo bisogno di assicurare un processo il più fluido

possibile tra la fase di ricerca e quella di prenotazione e il trivago Express Booking ci può aiutare in questo. Con questo sistema il brand dell’inserzionista è sempre in primo piano per fare capire agli utenti che stanno prenotando sul sito partner. In più è l’inserzionista che invia la conferma di prenotazione all’utente e questo dovrebbe chiarire ogni dubbio"

Eppure questo equivoco non così raro, anche tra la stampa: nei giorni scorsi, ad esempio, il Corriere della sera ha scritto che Trivago e Tripadvisor sarebbero potute sparire in seguito all'approvazione della norma che abolisce la parity rate nel ddl concorrenza. E' invece vero l'esatto contrario: siti come Trivago confrontano proprio le differenze di prezzo tra i diversi canali di distribuzione degli hotel e se i prezzi fossero tutti uguali non avrebbero ragione di esistere. Per questo l'abolizione della parity avvantaggia oltre che gli hotel proprio i siti come Trivago che propongono la prenotazione diretta con strumenti come Trivago Express Booking.

Giulia Eremita ammette che "Una delle più grandi sfide ancora oggi è **far capire al mercato che cosa differenzia un metasearch dal resto** e tutti i nostri sforzi di comunicazione e prodotto vanno in questa direzione. Ma siamo fiduciosi, abbiamo una clientele attenta e smart che usa appieno tutte le funzioni di ricerca di Trivago e che ha capito le potenzialità del metasearch".