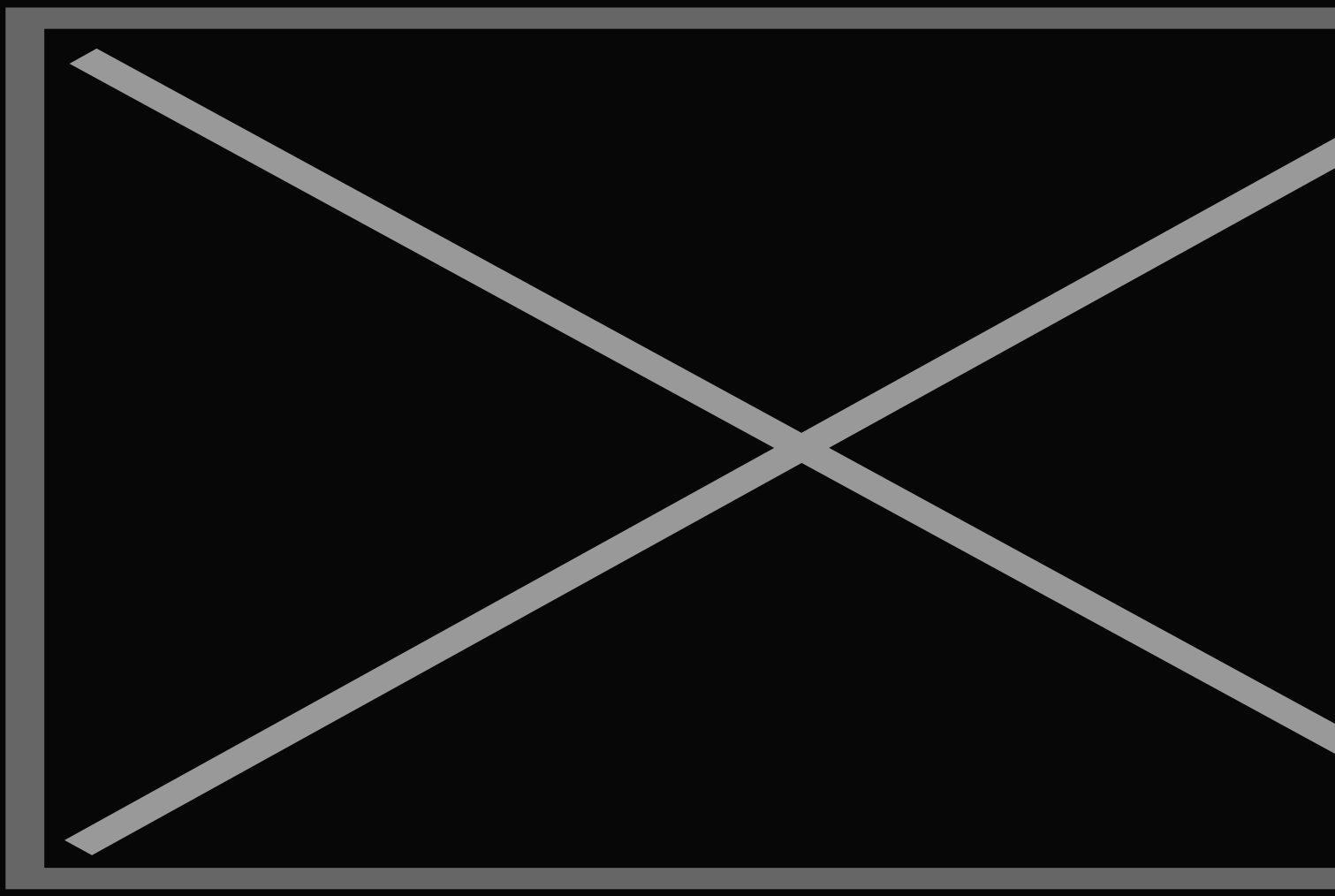
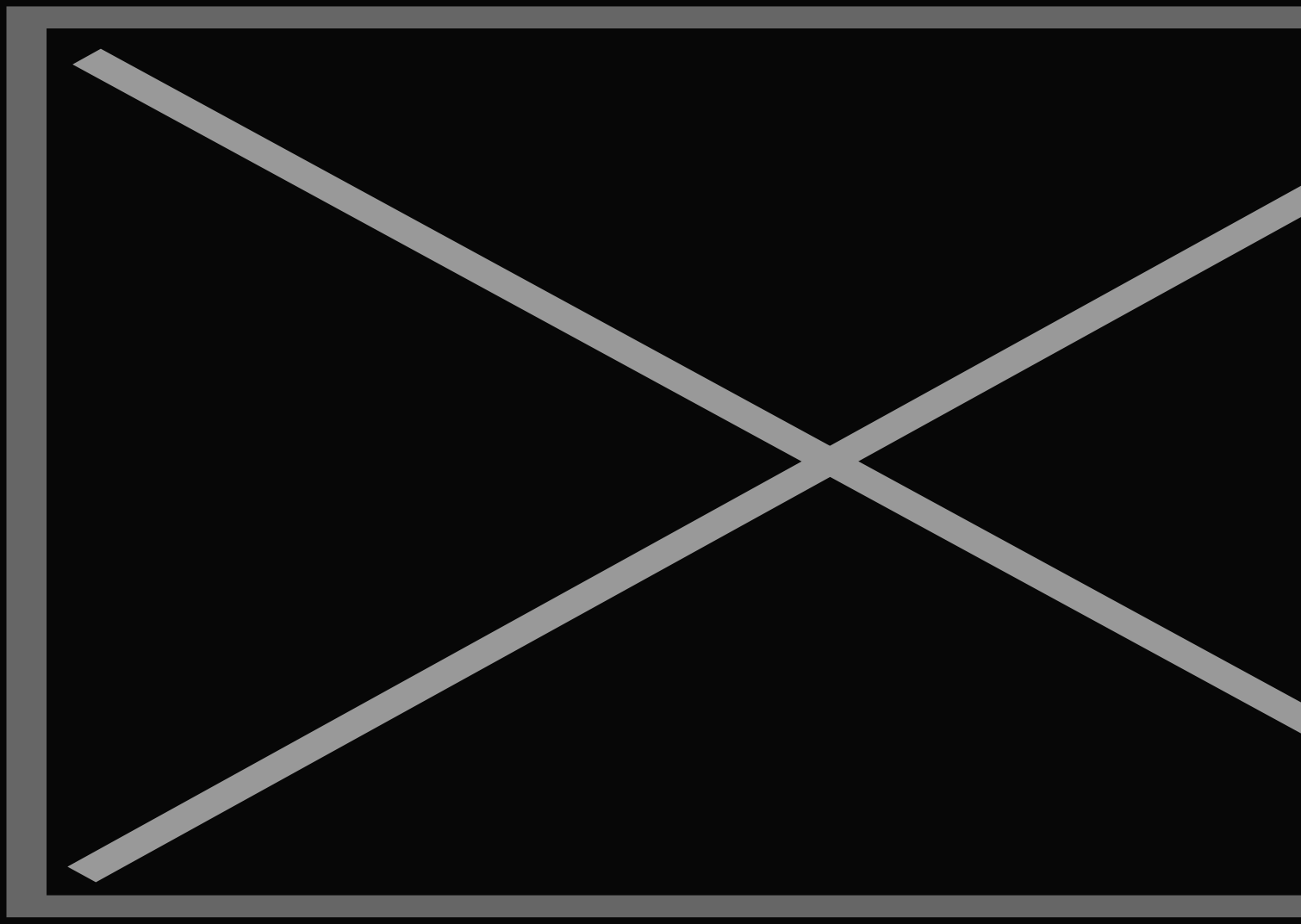
Dati Expedia: i pacchetti viaggio aumentano la redditività degli hotel

I **pacchetti viaggio** possono essere un'opportunità per gli hotel di aumentare in maniera sostanziale l'Adr, il ricavo medio per camera. A sostenerlo è Expedia che ha monitorato la vendita di pacchetti sulla propria piattaforma, in particolare quello volo + hotel che è senza dubbio il più diffuso.
"In diversi mercati Italiani abbiamo notato che la tariffa giornaliera media dei pacchetti era superiore rispetto a quella delle prenotazioni solo hotel - spiega **Giovanni Moretto,** Director market management di Expedia Lodging Italia - tra le destinazioni stagionali che hanno beneficiato di più di questa tendenza ci sono Arbatax in Sardegna che ha fatto segnare +35%, la Riviera dei Fiori +30% e Lago di Garda e Trentino con +15%. Questo fenomeno è influenzato sicuramente dalla vicinanza agli aeroporti ma non è l'unico fattore visti i risultati di alcune zone che potrebbero aver bisogno di un transfer dall'aeroporto all'hotel. E non a caso il terzo servizio più acquistato nei pacchetti è quello dell'auto a noleggio".



Anche il soggiorno medio aumenta in presenza di pacchetti: "Abbiamo osservato che il pernottamento medio dei pacchetti è di un ordine di grandezza di 1,5 volte maggiore della prenotazione solo hotel - prosegue Moretto - e le città in cui questo fenomeno è più accentuato sono Venezia, Roma, Milano, Firenze e Napoli. Roma è anche la città in cui vengono acquistati più pacchetti con oltre il 40% sulla quota totale dei soggiorni".



Gli albergatori, quindi, possono sfruttare questi dati per migliorare la propria redditività creando tariffe studiate appositamente per chi prenota un pacchetto o proviene dall'estero: un cliente Expedia su 3 proviene da un altro continente e questo aumenta la propensione alla spesa.
Ne è convinto **Gianfranco Acampora** del Grand Hotel Aminta di Sorrento che utilizza l'opzione pacchetti di Expedia dalla loro introduzione: "In base ai dati in nostro possesso i clienti che prenotano pacchetti spendono di più per il loro soggiorno compensando così il valore offerto dallo sconto offerto nella tariffa combinata. Abbiamo anche scoperto che le tariffe tramite canali opachi rappresentano una strategia vincente in bassa stagione".
"Per ottenere il massimo vantaggio dall'offerta pacchetti gli albergatori devono concentrarsi su 5 attività: comprendere l'importanza dell'aggiunta del segmento volo al proprio assortimento di tariffe, capire come si adatta il mercato e quali sono i trend emergenti, capire che tipo di pacchetti prenotano i viaggiatori, differenziare la propria struttura dalle altre e fare affidamento sugli esperti del settore - conclude Moretto - In particolare utilizzando le soluzioni gratuite di analisi offerte da Expedia Partner Central gli hotel posso ottenere informazioni in tempo reale sull'andamento della concorrenza per essere sempre competitivi".