2018 anno delle esperienze di viaggio: i dati di Trekksoft Travel Trends Report

Alona Mittiga, Senior Marketing Manager Italy e **Tommaso Peduzzi**, CEO TrekkSoft Srl Italy hanno commentato il report Travel Trends 2018 di Trekksoft per fare il punto sulle tendenze di viaggio degli italiani.

Perché ci piacciono le esperienze di viaggio

Gli psicologi Amit Kumar, Thomas Gilovich e Matthew Killingsworth hanno dimostrato come gli acquisti incentrati sulle esperienze (denaro speso in cose da fare) tendano a indurre uno stato di felicità più duratura rispetto agli acquisti materiali (denaro speso sul possesso).
Tuttavia, vi sono delle differenze anche tra come ci sentiamo prima dell'acquisto di esperienze o di oggetti. Le persone che hanno preso parte allo studio affermano di essersi sentite più frustrate prima dell'acquisto pianificato di un oggetto e più felici prima dell'acquisto di un'esperienza, come un viaggio o un'attività.
I migliori brand del travel pongono le esperienze e la gioia che ne traiamo al centro delle loro strategie di marketing. Si tratta soprattutto di organizzazioni di gestione della destinazione turistica (DMO), il 56% delle
quali considera le esperienze una "parte vitale" del loro marketing di destinazione, secondo quanto individuato dal report di ricerca di TrekkSoft. Solo un 7% considera le esperienze "non troppo importanti".

In che modo prenotano i consumatori?

L'82% delle prenotazioni di tour e attività processate da **TrekkSoft** ha avuto luogo sul sito dell'azienda o da App. Il 13% delle prenotazioni in TrekkSoft avviene attraverso agenti di vendita. Il rimanente 5% avviene tramite marketplace e da punto vendita, ad esempio dal sistema Point Of Sale Desk o dalla Mobile
App di TrekkSoft.

Desktop vs dispositivi mobili

Con una crescita attesa delle prenotazioni online lorde di tour e attrazioni da 9 miliardi a 21 entro il 2020, secondo quanto riporta Phocuswright, molte di queste saranno ottimizzate per i dispositivi mobili.
Sempre più alto il numero di consumatori che preferisce completare la prenotazione da dispositivo mobile invece di cambiare device, afferma Google. Dopo aver ricercato da smartphone, il 79% dei viaggiatori ha completato una prenotazione da dispositivo mobile. Una percentuale significativamente superiore rispetto al 70% a cui abbiamo assistito nel 2016.6 Per tour e attività, la proporzione di prenotazioni completate da dispositivi mobili è inferiore ma sta crescendo anno dopo anno.
Dave O'Kelly, CEO di SANDEMANs NEW Europe: "Oltre il 50% delle nostre prenotazioni viene effettuato da
dispositivi mobili e tipicamente entro le 2 settimane precedenti l'arrivo presso la destinazione, il che ci offre grandi opportunità... Possiamo facilitare il processo rendendolo più semplice, più divertente e con un'interazione più interessante prima, durante e dopo il viaggio e controllare, così, il più possibile l'esperienza degli ospiti". Il 49% delle prenotazioni dirette online avviene oggi da mobile, contro il 31% registrato nel 2016.4

Quando avvengono le prenotazioni?

Il 59% dei viaggiatori inizia la fase di ricerca del prossimo viaggio tra 1 e 3 mesi prima della partenza, secondo quanto affermato da TripAdvisor.
Tuttavia, secondo i dati di Phocuswright, il 38% delle prenotazioni di tour e attività avviene nello stesso giorno o fino a due giorni prima dell'attività stessa. Molte di queste prenotazioni avvengono una volta
che il viaggiatore si trova a destinazione, mentre è già in viaggio. Solo il 19% di queste attività viene prenotato con più di un mese di anticipo.
Tendiamo a dividere la fase di pianificazione e di prenotazione del viaggio in due parti: se la prenotazione dell'aereo avviene in anticipo, preferiamo lasciare spazio a servizi aggiuntivi, come tour e attività, per una prenotazione più last-minute, una volta a giunti a destinazione. Siamo ben consapevoli di cosa sia necessario
pianificare in anticipo e di cosa possiamo tralasciare per dar spazio a una scelta più spontanea in un momento successivo.
I fornitori di viaggi devono dare spazio sia alla pianificazione sia alla spontaneità. Per fare ciò, avrai bisogno di un sistema per la prenotazione online come TrekkSoft che aggiorna dati e disponibilità in tempo reale e non ha restrizioni rispetto a quando possono essere accettate le prenotazioni.

Il potere delle recensioni

Le imprese turistiche devono gestire consapevolmente la loro reputazione online: gli ospiti possono trovare online ogni tipo di informazione.
Non ci sorprende che 9 viaggiatori su 10 pensino che sia importante leggere le recensioni online. Quando si tratta di tour e attività, si rivelano particolarmente importanti le recensioni su siti di terze parti, che ottengono la fiducia del 95% dei viaggiatori, secondo quanto riportato da Stride Travel. Tra le imprese che offrono tour e attività usando TrekkSoft come software di prenotazione, le top 20 per quantità di ricavi possiedono un punteggio medio di 4.81 su TripAdvisor. Il 60% di questi fornitori di viaggi presenta un impeccabile punteggio di 5.0, il 50% dei quali possiede una media di 966 recensioni.
Un buon posizionamento su TripAdvisor è la chiave nascosta del successo del settore - ma non è facile da ottenere né da recuperare. È necessaria un’incrollabile dedizione alla qualità e all'eccellenza come filosofia condivisa da tutta l'impresa in ogni fase del processo di acquisto ed esperienza del viaggiatore: prima, durante e dopo l'attività.