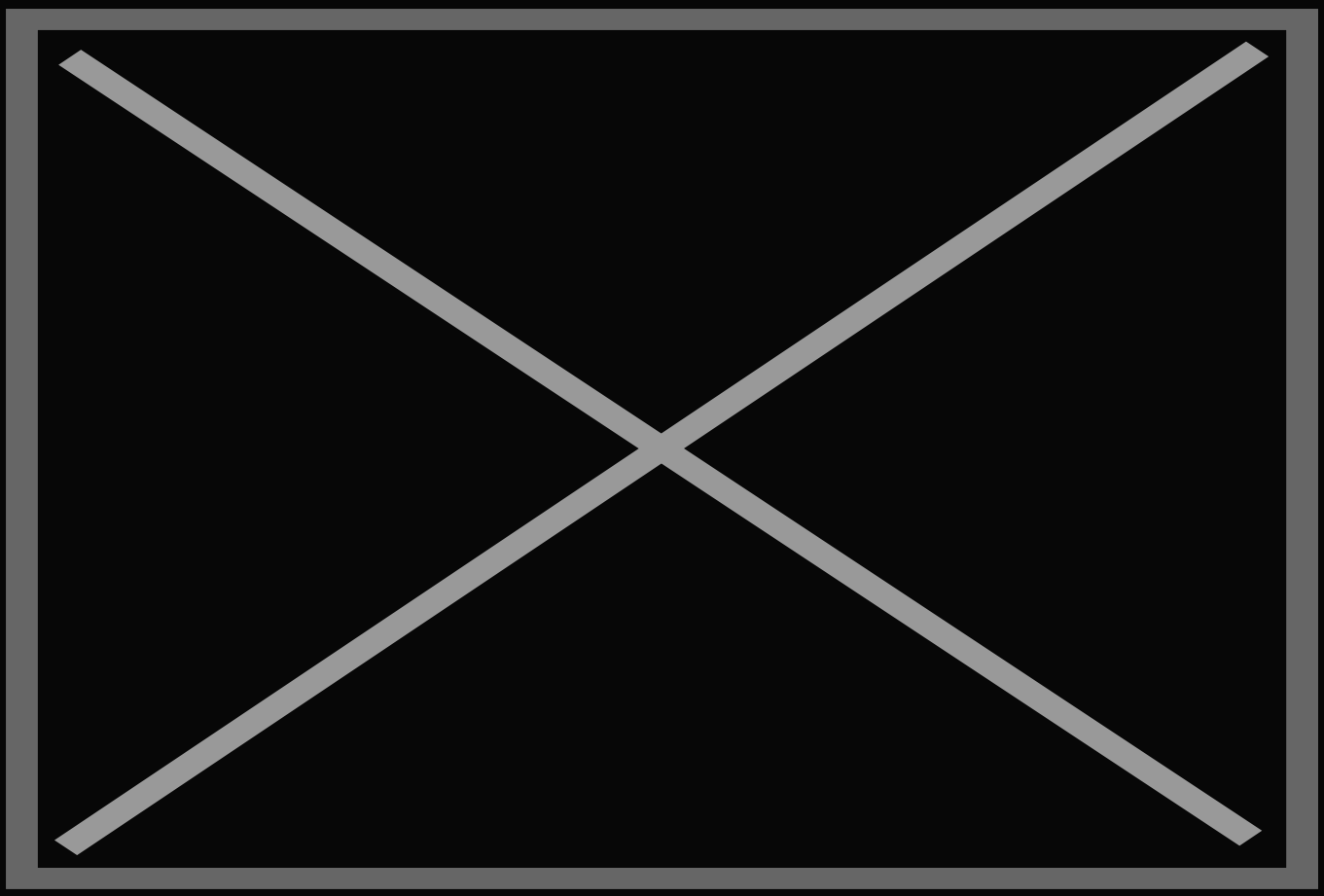
Metasearch: 2 prenotazioni su 3 arrivano da Google Hotel Ads

Nei giorni scorsi **Roiback**, booking engine del gruppo Hotelbeds, ha rilasciato dei dati interessanti sulle fonti delle proprie prenotazioni dirette.
Secondo la società circa il 12% delle prenotazioni globali di hotel arriverebbe direttamente dai metasearch (motori di comparazione come Google, Trivago, Kayak e Tripadvisor), mentre un ulteriore 25% arriva da altri canali ma vede comunque i metasearch coinvolti nel processo di ricerca e prenotazione.
Un dato che mette in evidenza l'importanza di questi strumenti ma anche la loro difficoltà odierna nel finalizzare la prenotazione. Un altro dato importante è che il 65% delle prenotazioni da metasearch, quasi 2 su 3, sarebbero effettuate tramite Google Hotel Ads che si starebbe quindi affermando come la scelta principe per confrontare più hotel, fra l'altro con una crescita notevole perché nello stesso periodo dello scorso anno aveva una quota di prenotazioni di circa il 25%.



Secondo **Felipe Bravo**, responsabile Digital Marketing di Roiback "In un contesto in cui 3 viaggiatori su 4 prenotano online le proprie vacanza, bisogna sottolineare l'importanza di massimizzare la presenza digitale dell'hotel. Se il più classico Google Ads continua ad essere il principale canale di marketing, dato che porta il 20% delle prenotazioni totali, è bene fare attenzione alla crescita dell'altro strumento di casa Alphabet, Google Hotel Ads che sta guadagnando terreno. Il nostro consiglio è di combinare i due canali dato che Google Ads è più utile nella fase di finalizzazione dell'acquisto mentre Google Hotel Ads è considerato più uno strumento della fase di ricerca e prenotazione. In questo modo è possibile competere con le Ota e attrarre clienti a un minor costo di distribuzione".
Un altro punto a favore di Google Hotel Ads riguarda il tasso di cancellazione che è di circa il 13% contro un range che va dal 20 al 40% nelle Ota. Dalle statistiche emerge inoltre che la metà delle prenotazioni arrivate da Google Hotel Ads sono concentrate in 9 paesi: Spagna, Usa, Messico, UK, Colombia, Francia, Germania, Italia e Portogallo. Una statistica che però potrebbe risentire della distribuzione dei clienti di Roiback, società basata a Palma di Maiorca nel quartier generale del gruppo Hotelbeds.
Se quindi è sicuramente un dato di rilievo il cambiamento di abitudini nell'uso di Google Hotel Ads nel giro di solo un anno, gli altri dati vanno presi con le pinze, come avverte, fra gli altri **Gianluca Laterza**, territory manager per il sud Europa di Tripadvisor, che su Linkedin spiega: "Trattandosi di per sé dell'esperienza di un player specifico non andrebbe generalizzata. Nel caso specifico di Roiback si

tratta di un partner con cui lavoro quotidianamente, e allora si scopre che hanno il 100% della loro inventory su Google Hotel Ads e solo circa il 15-20% su Tripadvisor per una questione di modelli di business. Dunque è chiaro che la maggior parte delle prenotazioni arrivano da Google e onestamente mi stupirei del contrario".

