Expedia: "Il nostro più grande concorrente? È Google". Ecco perché

Si è tenuta a Las Vegas dal 5 al 6 dicembre scorso #Explore18, la convention annuale del gruppo Expedia e la prima da CEO di **Mark Okerstrom**, fino all'anno scorso Chief Financial Officer del gruppo. Un intervento il suo che è stato significativo per una serie di dichiarazioni fatte nel corso del media briefing con i giornalisti della stampa internazionale al quale eravamo presenti. A metà di un botta e risposta alquanto vivace Okerstrom ha sganciato la bomba. Alla domanda: "Chi è il vostro più grande competitor? Booking Holdings o **Google**?" il CEO non ha avuto esitazioni: "È Google perché ha un vantaggio chiave nell'importanza del suo motore di ricerca e nell'influenza che esercita grazie alla capacità di rispondere a tantissime domande dei suoi utilizzatori. Per questo internet è disseminato dei cadaveri di compagnie che Google ha messo fuori dai giochi".

Su Booking invece ha affermato di avere molto rispetto per loro ma che Expedia ha diversi vantaggi competitivi nei loro confronti, dal programma fedeltà alla possibilità di comprare dei veri e propri pacchetti e non servizi singoli separati tra loro.

Un'antica leggenda del web narra che il posto più sicuro dove nascondere un cadavere è la seconda pagina dei risultati di Google e forse non è poi così lontana dalla realtà: Big G ha in teoria il potere di penalizzare le aziende sul suo motore di ricerca e condannarle all'oblio della seconda pagina.

Nonostante questa sprorporzione di mezzi Okerstrom non ambisce a una regolamentazione di Google nonostante ammetta di essere uno dei principali inserzionisti del motore di ricerca. Secondo indiscrezioni nel 2017 Expedia ha speso ben 5,3 miliardi di dollari in Google Ads e non sembra proprio un trattamento da riservare a un concorrente temuto. Per Okerstrom "Google è un nostro grande partner ma - ha avvertito - dobbiamo stare molto attenti a quello che stanno facendo".

Nei giorni scorsi, ad esempio, Google ha attivato anche in Europa la funzione "Book on Google" che permette agli hotel di ricevere prenotazioni dal motore di ricerca senza passare dalle OTA.