Expedia Group, pronti 275 milioni di dollari per i partner

Expedia Group sta stanziando 275 milioni di dollari per aiutare i partner a risollevarsi dall'impatto di COVID-19 e sostenere gli sforzi di ripresa dell'intero settore. Il programma di supporto di Expedia Group è composto da iniziative globali per sostenere la ripresa del settore e l'assistenza a livello di strutture, progettate per aiutare i partner indipendenti e le piccole catene a ricostruire il loro business, attrarre ospiti alto spendenti e ottimizzare il flusso di cassa.

"Non esiste un piano unico per la ripresa. Ripristinare il mercato dei viaggi richiederà un livello di partnership senza precedenti in ambito pubblico e privato, oltre a una profonda comprensione di ciò di cui i nostri partner hanno bisogno", ha dichiarato **Cyril Ranque**, Presidente del Travel Partners Group di Expedia Group. "Questo programma di ripresa è il primo passo del nostro lungo viaggio per ricostruire un ecosistema globale dei viaggi più resistente, inclusivo e sostenibile".

Per sostenere i partner, Expedia Group sta stanziando 250 milioni di dollari in crediti di marketing e agevolazioni finanziarie. Per ogni struttura che partecipa al programma, l'azienda reinvestirà il 25% del compenso guadagnato nel 2019 dalla struttura in crediti di marketing da utilizzare con la **ota**. La società, inoltre, ridurrà il proprio corrispettivo su tutte le nuove prenotazioni effettuate nel periodo di tre mesi in cui il programma sarà attivo, indipendentemente dalle date effettive del soggiorno. Infine, Expedia Group estenderà i termini di pagamento per le prenotazioni di Hotel Collect a 90 giorni per fornire un ulteriore aiuto finanziario.

Per capire meglio quando la **domanda** tornerà sul mercato, Expedia Group fornirà dati proprietari per tracciare i trend attraverso un nuovo strumento di analisi denominato Market Insights. Il dashboard dinamico fornisce i trend relativi a traffico del sito web, date di soggiorno e mercati di provenienza della domanda. Lo strumento è già disponibile e gratuito per tutti i partner che utilizzano Partner Central.

Per supportare le **catene e i gruppi di proprietari**, Expedia Group ha rilasciato una versione semplificata della propria soluzione di distribuzione ottimizzata che consente ai fornitori di alloggi di gestire in modo più efficace la distribuzione delle tariffe all'ingrosso tra i fornitori di viaggi di terze parti.

Per stimolare la domanda attraverso la **conoscenza del mercato**, Expedia Group Media Solutions, l'organizzazione pubblicitaria globale di Expedia Group, sta aprendo un fondo di 25 milioni di dollari

per le destinazioni. Questo piano di recupero si focalizza sulla realizzazione di campagne promozionali e di cooperazione per le destinazioni, con l'obiettivo di unire le destinazioni e i partner fornitori con audience simili per gestire il loro investimento pubblicitario, massimizzando così le loro conversioni.

Inoltre, Expedia Group lancerà una serie di **campagne globali di brand**. Ad esempio, una campagna online di Media Solutions intitolata Where Next? che aiuta i viaggiatori a scoprire nuove destinazioni. Sono stati raggiunti nelle prime settimane 30.000 visitatori unici, una partecipazione che mostra un trend promettente tra i viaggiatori. La campagna durerà fino a metà giugno ed è disponibile su qualsiasi dispositivo dei brand di Expedia Group. Le altre campagne includono: videoconferenze con lo Gnomo viaggiatore di **Travelocity**, cerimonie di matrimonio virtuali con Capitan Obvious e nuove esperienze di viaggio virtuale su Expedia.com come le escursioni a Yellowstone e le esibizioni della Filarmonica di Berlino, per citarne solo alcune.

Infine, per garantire che i clienti possano prenotare in sicurezza, Expedia Group ha creato una nuova funzione grazie alla quale gli albergatori possono mettere in evidenza le **misure sanitarie e igieniche** adottate nelle loro strutture. Queste includono check-in e check-out contactless, disinfettante per le mani a disposizione degli ospiti, misure di pulizia potenziate e misure di distanziamento sociale. Inoltre, per promuovere la salute e l'igiene dei proprietari e degli ospiti, il brand di case vacanza di Expedia Group, Vrbo, ha introdotto una checklist relativa alla pulizia da aggiungere alle descrizioni delle strutture sui siti di Expedia Group.

Per soddisfare le esigenze di clienti prudenti e garantire la flessibilità delle prenotazioni, quasi il 70% dei **piani tariffari** di soggiorno sui siti di Expedia Group sono ora rimborsabili. In aggiunta a ciò, Expedia Group introdurrà un nuovo filtro per la ricerca dei voli con tariffe flessibili sui siti di Expedia Group a livello globale, che consente di effettuare cambi o di modificare l'itinerario in base alle necessità.