Airbnb lancia la commissione al 14% per hotel e property manager

Airbnb si sta preparando a lanciare una novità tariffaria che cambierà la gestione delle tariffe online, come si può leggere su digitalmarketingextra.it: dal 4 giugno 2019 i nuovi property manager e hotel che si collegano dall'Europa, dall'Asia (escluso il Giappone) e dall'Africa tramite channel manager avranno un piano tariffario unico mentre i property manager che sono già sulla piattaforma potranno scegliere tra due piani tariffari: quello classico che prevede commissioni dal 3 al 5% con addebito all'ospite di una parte delle fee oppure un modello più simile a quello di Booking ed Expedia che prevede una commissione del 14% per l'host ma nessuna spesa aggiuntiva per il guest.
Nell'ottica di una sempre maggiore competizione con le OTA e di una sempre più ampia apertura agli hotel sulla piattaforma la mossa era prevedibile ma è complesso ora capire cosa succederà, sia nella competizione all'interno di Airbnb che in quella tra piattaforme diverse. Vediamo di seguito i pro e i contro di entrambe le scelte, ma prima chiariamo cosa si intende per property manager: in sintesi si tratta di chi gestisce gli alloggi in maniera professionale e si collega ad Airbnb tramite un software, nella distinzione non ha importanza il numero di alloggi gestiti, nè la forma imprenditoriale della propria attività.
Secondo le prime indiscrezioni gli account già presenti su Airbnb, se sono connessi tramite un software di prenotazione (un channel manager), potranno passare al nuovo modello tariffario oppure restare con le proprie fee che variano dal 3 al 5% a seconda dei termini di cancellazione. Chi resta con il vecchio sistema (perché ha scelto così o perché non vuole usare un channel manager) si troverà però a competere con nuovi account che non fanno pagare cosi aggiuntivi all'ospite e che danno dall'inizio un prezzo tutto incluso. Da considerare inoltre che nella maggior parte dei casi la somma di commissioni host e commissioni guest è superiore al 14% per cui a parità di prezzo con il vecchio modello l'host incassa di meno per cui anche se apparentemente si potrebbero avere prezzi più bassi questo non vale lato consumatore.
Con il nuovo sistema Airbnb abbraccia il modello di business delle OTA (Online Travel Agency) come Booking ed Expedia che non addebitano nulla all'ospite ma pretendono una commissione molto alta dal proprietario. Airbnb si posiziona a un livello leggermente più basso (14% mentre Booking parte dal 15%): evidente il tentativo di attirare gli hotel con commissioni minori.

Scenari futuri

Il nuovo modello di business di Airbnb invoglierà più hotel a mettere piede sulla piattaforma e più host e property manager a professionalizzarsi e a usare un channel manager. Per questo motivo la competizione aumenterà. Chi resterà affezionato al modello classico o deciderà di non professionalizzarsi rischierà di non essere competitivo e di dare alla piattaforma molto più di quello che riceve.