

Analisi bookingkit: La pandemia accelera la digitalizzazione nel mercato del turismo, delle attività e delle attrazioni (TAA), nuove offerte e maggiore convenienza per i clienti finali

Berlino, 12 Febbraio 2021 - Rapida accelerazione della digitalizzazione, molte nuove offerte di alloggi prenotabili online, termini di cancellazione notevolmente più flessibili e grande attenzione alle ultime 48 ore prima di un evento programmato: ecco quali sono le principali tendenze e previsioni individuate in una vasta analisi interna condotta da bookingkit negli ultimi nove mesi su migliaia di operatori. Nel corso del 2021, il leader europeo nelle soluzioni SaaS per il settore TAA vede quindi significative opportunità di innovazione a tutto campo. È innegabile affermare che la mancanza di prenotazioni causata dai lockdown abbia influito negativamente sul fatturato del 2020. Nello stesso tempo, tuttavia, le imprese che erano già pronte per il digitale sono state in grado di trarre vantaggio sia dall'effetto di recupero dopo le riaperture, sia dalla digitalizzazione, in parte obbligata, dei processi di prenotazione.

La tendenza più importante, agli occhi del cliente finale, è consistita in un cambiamento radicale nelle modalità di gestione delle cancellazioni: "Mentre prima del COVID19 solo il dieci per cento circa delle aziende offriva al cliente un processo di cancellazione abbastanza agevole, ora la percentuale è quasi del cento per cento", afferma Lukas C. C. Hempel, fondatore e amministratore delegato di bookingkit. L'azienda si aspetta che la convenienza per i clienti finali non regredirà completamente, ma vede una perdurante necessità di controbilanciare i costi delle "prenotazioni negative" attraverso l'uso di un sistema di prenotazione digitale online. Inoltre, gli operatori dovranno adeguarsi a pensare molto più a breve termine, in particolare tenendo d'occhio le ultime 48 ore prima che abbia luogo un evento programmato. "Questo rende ancora più importante la comunicazione con il cliente e ancora più urgente la sua automazione", aggiunge Hempel.

Alla luce delle limitazioni previste ancora per tutto il 2021, ad esempio riguardo alla capacità massima consentita per le attrazioni, le informazioni in tempo reale sugli intervalli di tempo

disponibili possano svolgere un ruolo ancora più decisivo rispetto a prima, così come la certezza di poter utilizzare l'attrazione in loco. Le prenotazioni estemporanee offline all'ingresso di un'attrazione, che nel 2019 rappresentavano circa l'80 per cento delle prenotazioni, continueranno ad avvenire ma in una percentuale molto inferiore, spiega Hempel. Di conseguenza, già nel 2020 il COVID19, i nuovi modelli comportamentali, le esperienze positive da parte dei clienti e i requisiti delle normative per gli operatori hanno reso più incisive le motivazioni strategiche per l'uso delle soluzioni digitali di prenotazione.

Inoltre, per la prima volta l'ampio numero di offerte prenotabili online è particolarmente impressionante, soprattutto da parte degli operatori di attrazioni di medie e grandi dimensioni, come giardini zoologici, piscine e musei. Questo avviene grazie all'implementazione di nuovi requisiti come la gestione della capacità, la regolazione del flusso di spettatori, il tracciamento dei contatti, la convalida contactless dei biglietti e i biglietti con orari prestabiliti a tempo di record, per consentire una riapertura nel più breve tempo possibile. "Nessuno di questi operatori tornerà in futuro al 100 per cento di vendite offline, poiché queste funzioni hanno valore anche a lungo termine", ha aggiunto Hempel.

A proposito di bookingkit:

Bookingkit offre soluzioni di digitalizzazione per tour e attività - il terzo più grande settore del turismo. La soluzione SaaS (software-as-a-service) mette a disposizione degli operatori del settore una tecnologia unificata e modulare per la gestione, la vendita diretta sul sito e la distribuzione dell'offerta sulle OTA. Con il suo sistema di distribuzione integrato, bookingkit è in grado di collegare i dati elaborati con le destinazioni, agenzie di viaggio e i canali di vendita. Bookingkit offre quindi un'infrastruttura digitale che può essere gestita in tempo reale in tutto il mondo sia per gli operatori che per i professionisti del marketing. L'azienda ha ricevuto diversi riconoscimenti, tra cui il premio Deloitte Fast 50 Award per le top startup in Germania. Fondata nel 2014 da Christoph Kruse e Lukas C.C. Hempel, bookingkit ha sede a Berlino, in Germania, e impiega circa 100 persone.

For ulteriori informazioni, visitare: www.bookingkit.net/it

PR & Press

Daniele Lazzoni
T: +39 345 360 6992
lazzoni@admirabilia.it