



**bookingkit**  
eBook

Come riaprire velocemente la tua attività in modo sicuro e con la massima efficienza, assicurandoti di generare nuovamente un flusso di cassa in modo rapido! Strumenti di importanza cruciale e strategie da adottare – il tutto in un solo eBook, compatto ed essenziale.



**La guida più aggiornata  
per la riapertura  
di tour, attività  
e attrazioni nel 2021**

# Sommario

La nuova realtà: opportunità e requisiti

3

Le 5 funzioni più importanti di un sistema di prenotazione online idoneo alla riapertura

5

Il tuo obiettivo più importante: un giro d'affari rapido prima e dopo la riapertura

6

Elenco di controllo delle azioni: come generare un flusso di cassa rapido – Dieci cose che dovresti implementare subito

8

Flusso del pubblico e gestione della capacità

9

La giusta strategia dei prezzi: il nostro consiglio

10

Riduzione dei costi di cancellazione

11

Attrattiva e conversione del tuo sito web

12

Gestione del canale: come aumentare il tuo raggio d'azione attraverso i partner di marketing

13

Analisi dell'estate 2020: il fattore tempo e bookingkit

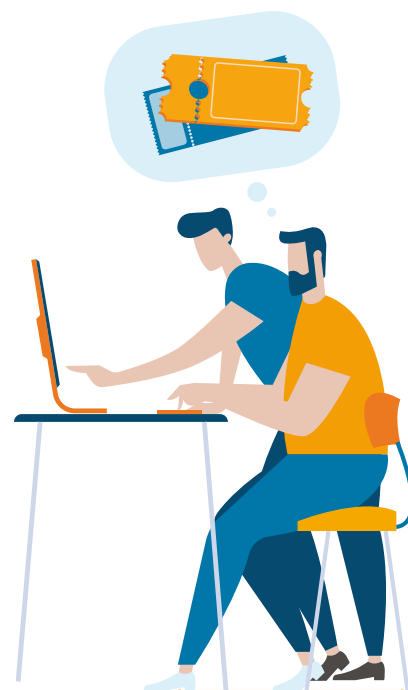
14



# La nuova realtà: opportunità e requisiti

Guardiamo insieme in avanti! Tour, attività e attrazioni saranno le prime opportunità per il tempo libero a essere riaperte – stiamo iniziando il ritorno ad attività ricreative varie e interessanti. Tocca a noi decidere se, e fino a che punto, approfittare di questa opportunità.

Immagina che domani il governo dichiarerà che è permesso riaprire. Saresti preparato e sicuro di te per farlo?



# La nuova realtà: opportunità e requisiti

Se c'è una cosa che abbiamo imparato dall'estate del 2020, è proprio questo:

## **Non appena il lockdown sarà terminato, le prenotazioni decolleranno**

Infatti, non appena verrà semplicemente annunciato un allentamento delle restrizioni, insieme a una data possibile, le pre-prenotazioni online aumenteranno in modo deciso! Per questo dovresti preparare te stesso e la tua attività nel miglior modo possibile. In particolare, in previsione di limitazioni dei viaggi internazionali, le opportunità di vacanze

nel proprio paese saranno le prime a essere scelte durante l'estate.

## **Ti serve un sistema di prenotazione online. Periodo.**

Oltre alle raccomandazioni esplicite dai canali ufficiali, un sistema di prenotazione online non è solo necessario, ma anche valido sotto ogni aspetto. Dopo tutto, la pandemia ha anche reso molte persone meno scettiche riguardo agli acquisti online, e ora si aspettano che questa convenienza appena scoperta si applichi anche ad altre esperienze, tra cui la prenotazione di biglietti per la tua offerta.



Questo è il motivo per cui abbiamo istituito una task force speciale per le attività di onboarding e il successo del cliente, per assicurarci che ogni cliente di bookingkit sia pronto ad approfittare pienamente della riapertura a partire dal primo giorno, e che non perda alcuna opportunità.



# Le 5 funzioni più importanti di un sistema di prenotazione online al momento della riapertura



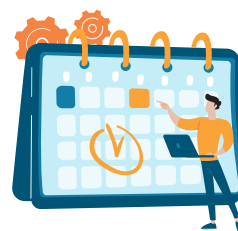
## VANTAGGI FONDAMENTALI DELLE PRENOTAZIONI ONLINE

Le prenotazioni online sono possibili in qualsiasi momento e da qualsiasi dispositivo. È possibile riceverle automaticamente e i posti liberi sono sincronizzati in tempo reale. Il pagamento è immediato e a tua disposizione dal momento dell'acquisto.



## NESSUNA CODA E CONTROLLO INGRESSI CONTACTLESS

Con la vendita dei biglietti online puoi non solo ridurre i contatti nel punto di prenotazione, ma la vendita di biglietti con orari prestabiliti consente anche di evitare inutili code all'ingresso. Utilizzando gli scanner o i tornelli, la convalida del biglietto può avvenire anche senza alcun contatto.



## RISPETTO DEL NUMERO MASSIMO DI VISITATORI PER MEZZO DEI BIGLIETTI CON ORARI PRESTABILITI

Con la vendita di biglietti limitati a orari prestabiliti, puoi impedire sempre che venga superato il numero massimo di visitatori, un requisito fondamentale per la riapertura, oltre che per mantenere continuamente la sicurezza della gestione.



## COME PUOI ASSICURARTI CHE SIA PRENOTABILE OGNI ORARIO DISPONIBILE

Facendo in modo che la disponibilità e le cancellazioni siano automatizzate e sincronizzate in tempo reale, garantisci un flusso costante di clienti e offri ai tuoi clienti la massima trasparenza e flessibilità.



## TRACCIAMENTO DEI CONTATTI

Durante la procedura di prenotazione online, i dati di contatto essenziali vengono registrati direttamente. Questo è conforme ai requisiti ufficiali e facilita il tracciamento dei contatti in caso di rischi potenziali.

# Il tuo obiettivo più importante: un giro d'affari rapido prima e dopo la riapertura

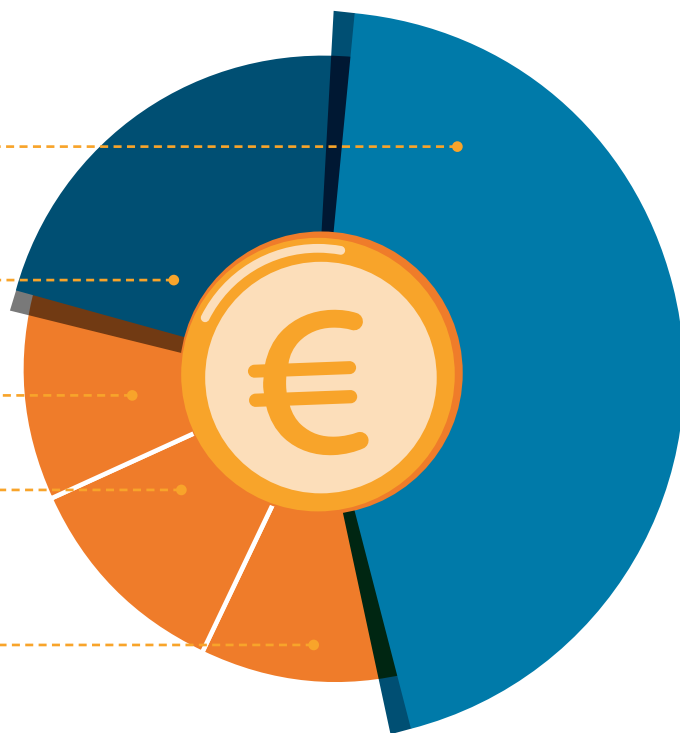
**SODDISFARE I REQUISITI  
PER LA RIAPERTURA**

**PRENOTAZIONI ANTICIPATE  
E VENDITA DI VOUCHER**

**CONTATTARE  
I VECCHI CLIENTI**

**ALLARGA IL RAGGIO  
D'AZIONE ATTRAVERSO**

**GESTIRE IN MODO  
INTELLIGENTE LA DO**



In molte conversazioni con i nostri clienti, abbiamo imparato che la loro esigenza più pressante consiste nel generare di nuovo, rapidamente, un flusso di cassa costante. Abbiamo quindi elencato di seguito i componenti più importanti per raggiungere questo risultato:

## Soddisfare i requisiti per la riapertura

Non può esserci flusso di cassa se manca la prospettiva di una prossima riapertura. Pertanto, prima di tutto è necessario impegnarsi per soddisfare i requisiti ufficiali e le norme sull'igiene e sulla capacità massima. Tuttavia, un sistema di prenotazione come bookingkit rende molto facile tutto questo. Pertanto, devi tenere d'occhio gli annunci ufficiali, specialmente quelli nazionali.

## Prenotazioni anticipate e vendita di voucher

Accettando le prenotazioni anticipate, puoi ricevere denaro in anticipo rispetto alla riapertura. Dovresti utilizzare un calendario online delle prenotazioni per pubblicare subito le date del trimestre e promuoverle attivamente. La situazione è simile alla vendita dei voucher, poiché questi non richiedono alcuna data e molti voucher non vengono neppure utilizzati. In particolare, poco dopo il lockdown ci sarà una forte richiesta di voucher, come regali e come segni di ritorno alla normalità. [I dettagli relativi ai voucher sono reperibili qui.](#)

# Il tuo obiettivo più importante: un giro d'affari rapido prima e dopo la riapertura

## Contattare i vecchi clienti

Se hai clienti regolari, questo è il momento giusto per comunicare loro la riapertura, preferibilmente attraverso un'allegria e cordiale campagna di e-mail. Dopotutto, anch'essi non vedono l'ora di riprendere le attività nel tempo libero e potrai aumentare le vendite senza troppa fatica. Forse nel corso del lockdown hai dovuto annullare dei biglietti già prenotati. Puoi contattare anche questi acquirenti e premiare la loro pazienza con una bella promozione o uno sconto.

## Allarga il raggio d'azione attraverso ulteriori canali di vendita e partner

Il quarto punto prevede di dedicarti ad aumentare il tuo raggio d'azione, continuando a farlo costantemente anche dopo l'apertura. Un buon punto di partenza sono le collaborazioni locali, ad esempio con gli hotel, gli uffici di informazioni turistiche, o proponendo offerte complementari, come una visita guidata della città, seguita da una degustazione di vino. I partner di marketing collegati al tuo sistema di prenotazione ti consentono di essere direttamente presente nelle piattaforme più importanti e di raggiungere nuovi gruppi di acquirenti. Puoi ottenere ulteriori informazioni nella pagina 13 di questo e-book o [nell'articolo del blog](#).

## Gestire in modo intelligente la domanda e ottimizzare l'utilizzo

Grazie a una gestione intelligente della domanda relativa alla tua offerta puoi ottimizzare ulteriormente il tuo flusso di cassa. Ad esempio, proporre prezzi inferiori per i giorni e gli orari meno allettanti può contribuire ad aumentare il tuo utilizzo complessivo. Pertanto, se ti aspetti un'elevata richiesta in determinati periodi di punta, ma questa supera la tua capacità consentita, puoi implementare schemi di prezzi flessibili, ad esempio con la relativa funzione di bookingkit. Per saperne di più sulla strategia dei prezzi, vai alla pagina 10.



## Elenco di controllo delle azioni:

Come generare un flusso di cassa rapido –  
Dieci cose che dovresti implementare subito per riaprire velocemente

-  Scegliere il sistema di prenotazione online che preferisci
-  Adeguare le dimensioni dei gruppi e l'esperienza utente della tua offerta alla nuova situazione
-  Avviare la vendita di biglietti per orari prestabiliti per date immediate o future
-  Formare il tuo personale perché applichi le direttive in modo cordiale
-  Iniziare a vendere i voucher
-  Creare incentivi per riempire i periodi con affluenza ridotta
-  Definire politiche di cancellazione più permissive e nuove procedure di cancellazione
-  Stabilire partnership locali/regionali con rivenditori potenziali
-  Adeguarti ai requisiti di igiene e sicurezza stabiliti dalla normativa
-  Espandere il raggio d'azione del marketing attraverso ulteriori canali di vendita



# Flusso del pubblico e gestione della capacità

Una delle condizioni principali, e requisito di base per la riapertura nell'area del tour, delle attività e delle attrazioni è la gestione del flusso di pubblico. Ma questo che cosa comporta? Ecco i cinque obiettivi principali e i loro pesi relativi:



## META-OBIETTIVO:

### **Panoramica completa ed esauriente dell'attività attraverso la gestione digitale dei processi**

Attraverso un sistema di prenotazione digitale, ogni biglietto venduto crea un processo digitale che si estende dalla prenotazione al pagamento, alla convalida o all'utilizzo, e termina con il completamento dell'attività. In tutto questo processo, come operatore hai a disposizione in ogni punto una panoramica completa che rappresenta la base del processo decisionale, ma serve anche come documentazione per le autorità.

## OBIETTIVI PRINCIPALI:

### **Regolarizzazione dei flussi di visitatori attraverso categorie di prezzo flessibili**

Assegnando prezzi diversi per i diversi periodi di tempo, potrai dirottare i potenziali clienti verso i periodi di tempo meno affollati, rendere regolari gli accessi e ottimizzare la tua capacità.

### **Diminuzione dei contatti fisici mediante la convalida contactless dei biglietti e il controllo degli accessi**

L'utilizzo di scanner digitali, o l'integrazione del tuo sistema di prenotazione con i tornelli esistenti ti permette non solo di ridurre il contatto tra i visitatori e il team, ma anche di controllare l'accesso a determinati settori della tua offerta.

### **Conformità con i limiti di capacità attraverso i biglietti per orari prestabiliti**

Con la vendita di un numero limitato di biglietti per periodi di tempo diversi, stabilito in base alla distanza teorica minima, garantischi la conformità a tutte le normative più recenti. In cambio, ai tuoi clienti potrai garantire l'effettivo accesso ai tuoi tour, alle tue attività o alle tue attrazioni, e che non dovranno tornare indietro delusi a causa del sovraffollamento.

## CREAZIONE DI REPORT:

### **Documentazione e tracciamento dei contatti attraverso la raccolta di dati**

Qualora venga rilevato che un precedente visitatore è risultato positivo a un test Covid-19, è fondamentale non solo individuare rapidamente gli altri visitatori che potrebbero essere stati contagiati, ma anche assicurare la correttezza della tua gestione a fronte di rivendicazioni legali. Attraverso i dati raccolti in modo continuativo, la creazione di un corrispondente elenco dei contatti e la documentazione, questo è possibile in ogni momento.

# La giusta strategia dei prezzi: il nostro consiglio

Quando si parla di prezzo dei biglietti per i tuoi tour, attività o attrazioni, attualmente riscontriamo due tendenze opposte: Da un lato, gran parte del pubblico hanno dovuto sopportare conseguenze economiche dovute alla pandemia, con comprensibili effetti sul loro bilancio personale per le attività ricreative. D'altro canto, tuttavia, molte persone sono diventate consapevoli di quanto a loro manchi la perdita di attività „divertenti“ e fuori dall'ordinario. In altre parole, il valore dei tour, delle attività e delle attrazioni è aumentato.

In linea di principio, consigliamo pertanto di non cambiare troppo il tuo standard di prezzi. Dopo tutto, la prima cosa da

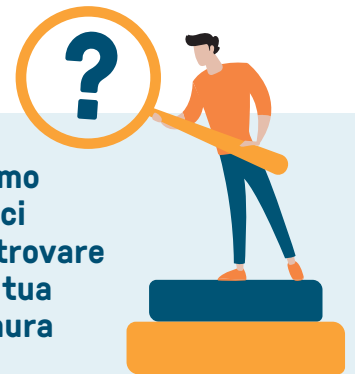
fare è tornare alla normale operatività. Sconti e promozioni correlati al lockdown dovrebbero finire anch'essi, proprio come il lockdown stesso.

Tuttavia, se la tua offerta è cambiata in misura significativa rispetto a prima del periodo di lockdown o è associata a strutture di costo diverse, dovresti pensare a qualche adeguamento di prezzo, purché sia accompagnato da una chiara spiegazione del valore aggiunto. La prassi ha dimostrato finora che gli operatori che comunicano apertamente gli aumenti di prezzo causati dal lockdown ricevono una maggioranza di feedback positivi.



## Prezzi più elevati causati dall'esclusività

Anche se inizialmente la distanza minima e il minore affollamento delle attrazioni si ripercuotono negativamente sui ricavi, queste restrizioni offrono anche un'opportunità: Sicuramente molti tuoi clienti ritengono piacevole questa „esclusività obbligata“ e sono disposti a riconoscerla pagando un prezzo maggiore per i biglietti. In determinate circostanze questo potrebbe generare un modello di offerta per il futuro, combinato con la funzione „prezzi flessibili“: quanto maggiore è l'esclusiva, tanto più elevato è il prezzo.



**Bloccato? Ti consigliamo di porti queste semplici domande, in modo da trovare il prezzo giusto per la tua offerta, senza aver paura di sperimentare:**

- Quali sono i tuoi costi fissi?
- Qual è il costo del servizio di implementazione delle nuove specifiche?
- Come è cambiata la tua offerta?
- Che cosa stanno facendo i concorrenti?
- Quanto pesano il tuo utilizzo e i tempi di inattività?

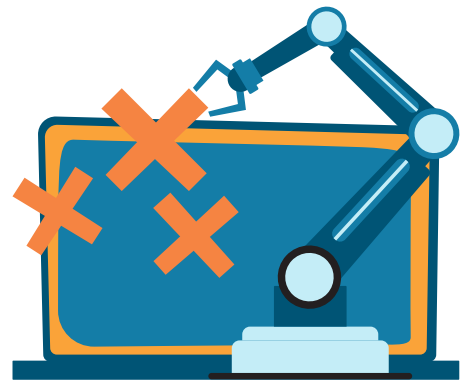
In caso di dubbi, puoi [contattare liberamente uno dei nostri specialisti](#) che sarà felice di consigliarti gratuitamente e senza condizioni!



# Riduzione dei costi di cancellazione

Azioni chiave per garantire la fiducia nella prenotazione: garanzia di rimborso e possibilità di riprenotazione (più importanti delle precauzioni contro la pandemia).

SOURCE: GLOBAL STUDY BY ITB AND TRAVELZOO, 2021



IL 75% PAGHEREBBE DI PIÙ PER SERVIZI DI CUI SI FIDANO

75%

L'AFFIDABILITÀ È IL FATTORE PIÙ IMPORTANTE PER L'83% DEI CLIENTI CHE PRENOTANO IN TUTTO IL MONDO.

83%

La tendenza attualmente più importante che riscontriamo dal punto di vista del cliente finale, è un cambiamento radicale nella modalità di gestione delle cancellazioni: Considerando che, prima della pandemia di COVID-19 solo circa 10% degli operatori offriva un processo di cancellazione ragionevolmente attento alle esigenze dei clienti, insieme a condizioni ugualmente accomodanti, ora questa tendenza è stata costretta ad aumentare, ed è prossima al 100%. Pertanto quasi tutti i nostri clienti, nuovi ed esistenti, hanno adeguato le loro politiche e le loro procedure.

Questa maggiore comodità per i clienti finali potrebbe diminuire, ma non sarà completamente annullata quando avremo superato la fase della riapertura. Come risultato, vedremo un'esigenza molto più pressante di risolvere i costi di elaborazione delle cancellazioni, poiché ora queste avverranno molto più frequentemente, vincolando le tue risorse mentre stai ancora perdendo vendite.

A nostro parere, questo può essere risolto solo da un sistema di prenotazione digitale online poiché, in effetti, che cos'è una cancellazione se non una prenotazione negativa?

## Le funzioni più importanti per l'elaborazione delle cancellazioni:

- Ricezione interattiva delle cancellazioni
- Automazione delle e-mail, incluse le informazioni a tutti i partecipanti in caso di cancellazione di un intero evento
- Reversale di pagamento automatico
- Sincronizzazione della disponibilità attraverso tutti i canali di vendita
- Adeguamento automatico delle risorse, ad esempio camere libere, personale disponibile
- Panoramica di tutti gli eventi come base per ulteriori decisioni
- **Aspetto speciale:** elaborazione delle cancellazioni su diverse piattaforme di marketing collegate

Fai clic qui per una guida completa su ["Gestione delle cancellazioni in massa di tour e attività"](#).



# Attrattiva e conversione del tuo sito web

Un sito web professionale è chiaramente uno degli strumenti più importanti per convincere i potenziali clienti a prenotare le tue offerte online. Quanto meglio è progettato il tuo sito, tanto più è probabile che verrà effettuata una prenotazione.

## Alcuni semplici metodi per ravvivare i tuoi contenuti:

**Utilizza foto ad alta risoluzione per rendere ancora più attraente la tua offerta.** Se non riesci a scattare direttamente delle foto di alta qualità, utilizza uno dei tanti database gratuiti di foto di repertorio in Internet, come Pexels o Unsplash.

**I contenuti video offrono l'immagine migliore di ciò che i tuoi clienti possono aspettarsi dalla tua offerta.** Le immagini in movimento suscitano emozioni e mostrano in modo spettacolare che cosa rende unica la tua offerta.

**Assicurati di avere una progettazione coerente su tutti i tuoi canali di vendita.** Utilizza un logo inconfondibile, usa sempre i colori del tuo marchio e, naturalmente, assicurati che le informazioni siano corrette.

**Valorizza il tono giusto nei tuoi testi di marketing.** Ci sono molti modi per presentare la tua azienda nei testi. Scegli un linguaggio che raggiunga il maggior numero possibile di clienti.

## Come convertire i visitatori del sito in clienti paganti

### CONVERSION RATE OTTIMIZZATA

#### ✓ Facile da seguire

- Una barra di navigazione ben visibile
- Una struttura ben congegnata
- Nessun sovraccarico di contenuti non necessari

#### ✓ Semplice

- Invito all'azione chiaramente posizionata
- Opzioni di prenotazione online sulla home page

#### ✓ Contenuti rilevanti

- Solo le informazioni più importanti
- Contenuti rilevanti visibili anche su dispositivi mobili
- Memorizzazione di ogni fase del percorso di conversione sul sito

### CONVERSION RATE NON OTTIMIZZATA

#### ✗ Non facile da seguire/caotica

- Molti punti di navigazione non necessari
- Troppe sottopagine senza scopo
- Troppo contenuto

#### ✗ Complessa

- Le possibilità di prenotazione online sono nascoste
- Troppi passi prima di giungere alla prenotazione

#### ✗ Non mirata

- Una marea di informazioni, troppo testo
- Contenuti rilevanti non visibili su dispositivi mobili
- Il cliente si perde sul sito web

Troverai ulteriori informazioni su questo argomento [nella nostra guida alla conversione](#)

# Gestione del canale: come aumentare il tuo raggio d'azione attraverso i partner di marketing

Durante il blocco, mantenendo i costi al minimo e tirando fuori tutto il possibile per coprire i costi rimanenti con le entrate sono state le preoccupazioni fondamentali. Ora che la riapertura è sempre più vicina all'orizzonte, devi passare alla fase di commercializzazione e rendere la tua offerta altamente visibile sul maggior numero possibile di piattaforme. Inoltre, quasi tutte le collaborazioni di marketing si basano su un modello a commissione, cioè dovrai sostenerne i costi solo nel caso in cui verrà effettuata la prenotazione, rendendo facile e senza rischi la possibilità di espandere la tua rete di vendita.



**Un balzo significativo del tuo raggio d'azione:** le grandi piattaforme consentono di raggiungere milioni di clienti: Le sole "Tre Grandi" (tripadvisor, GetYourGuide, Expedia) raggiungono oltre 25 milioni di potenziali clienti.

**Gruppi di utenti diversificati attraverso la trovabilità:** Le piattaforme di successo sono altamente trovabili nelle ricerche Google e aumentano la tua visibilità, soprattutto per nuovi gruppi di destinatari.

**Sfrutta questa maggiore potenza di marketing:** molti canali di marketing investono moltissimo nel marketing. È nel loro interesse

migliore spendere una grossa percentuale del loro budget e dei loro sforzi per attirare il giusto target di pubblico per te.

**Indirizzare i clienti finali da punti di partenza diversi:** I clienti finali non solo passano da un canale all'altro per cercare informazioni, ma spesso prenotano anche spontaneamente la loro destinazione online, tramite i portali o i marketplace.

**Aggiungi un moltiplicatore con il networking regionale:** I portali delle città e turistici formano una rete molto connessa nelle rispettive regioni. Molte agenzie e tour operator fanno uso delle attività che vi vengono offerte.

## Integrazione delle proprie reti di rivenditori

Con la nuovissima funzione bookingkit reach ti forniamo anche uno strumento per collegare digitalmente anche i tuoi partner di marketing eventualmente esistenti. In cambio, possono ottenere un modo interessante e di facile utilizzo per generare ulteriori vendite e ricavi.

→ Qui puoi trovare tutte le informazioni [su bookingkit reach](#).

# Analisi dell'estate 2020: il fattore tempo e bookingkit

Le misure richieste dal lockdown, relative all'acquisto dei biglietti, alla gestione dei visitatori e al marketing, non sono nuove per bookingkit. La digitalizzazione, la semplificazione e l'automazione di tutti questi processi è ciò che fa emergere la nostra soluzione, e ci permette di supportare tutti gli operatori nella digitalizzazione di queste importanti aree della loro attività, indipendentemente dalla complessità dell'offerta, permettendo loro di riaprire nel più breve tempo possibile.

La garanzia bookingkit: **La riapertura più rapida possibile per gli operatori di tour, attività e attrazioni.**



Se desideri ulteriori informazioni su bookingkit, pianifica subito, senza impegno, una demo del prodotto con uno dei nostri esperti nella riapertura

**PRENOTA UNA DIMOSTRAZIONE**



## Uno sguardo conclusivo verso il futuro

Tutte le funzioni elencate in questo e-book continueranno a essere importanti anche dopo il lockdown, anche quando scomparirà gradualmente dalle notizie. Ad esempio, è comunque una buona strategia offrire i biglietti online e utilizzare la tua capacità per indirizzare i visitatori o utilizzare l'automazione per organizzare processi più veloci, più comodi e meno soggetti a errori. Non per nulla la pandemia non è stata definita un attivatore, ma un acceleratore della digitalizzazione. Gli argomenti a favore sono semplicemente troppi, fanno parte adesso!