

Rassegna del 03/09/2014

WEB

TOURISTIME.IT - Il ruolo di internet come canale di visibilità e vendita nel settore turistico 1

- ...

- > NEL MONDO
- > OSPITALITA'
- > EVENTI & FIERE
- > ENO-GASTRONOMIA
- > **MARKETING TURISTICO**
- > ITINERARI DI VIAGGIO
- > RISPARMIARE
- > ARTE
- > NO LIMITS
- > SPORT & TURISMO
- > BAMBINI IN VIAGGIO
- > IN VIAGGIO CON LE DONNE
- > INTERVISTE
- > STRANO MA VERO!
- > SICUREZZA IN VIAGGIO
- > TURISMO ACCESSIBILE
- > ITINERARI DOMINICANI
- > NUOVE TECNOLOGIE
- > PODCAST
- > TUTTO GRATIS
- > ALTRO
- > EDITORIALE

Cerca nel sito

Per effettuare una ricerca all'interno del sito è sufficiente compilare il campo sottostante.

Homepage > Marketing Turistico

02/09/2014

Il ruolo di internet come canale di visibilità e vendita nel settore turistico

Di seguito riportiamo alcuni dati interessanti relativi al ruolo di internet come canale di visibilità e vendita nel settore turistico. Il documento dal quale estraiamo questi dati è stato prodotto da Unioncamere-Isnart ad inizio 2014 e rilasciato a maggio di quest'anno, e fornisce una panoramica complessiva sull'andamento delle vendite nelle strutture ricettive italiane per l'anno 2013.

La parte che ci interessa affrontare qui è però circoscritta solo l'utilizzo del web da parte delle strutture ricettive e degli utenti.

Dai dati raccolti, risulta che Internet, come strumento di booking on line, è una pratica diffusa per quasi 7 strutture su 10, mentre 5 imprese su 10 sono presenti sui social network.

In media, nel 2013:

- la prenotazione diretta on line è offerta dal 68,3% delle imprese ricettive italiane, quota in crescita tendenziale negli ultimi anni (54,3% nel 2010, 47,9% nel 2011, 63,6% nel 2012);
- il 52,4% delle imprese è presente sui social network (più del 41,8% rilevato per il 2012), strumento diffuso soprattutto tra i gestori dei B&B dove è il 60,7% delle imprese a puntare sulla pubblicità e sul ritorno di immagine che arriva da Facebook, Twitter, Instagram, ecc.

Nell'ultimo trimestre del 2013, in particolare, ad adottare il booking diretto on line è il 71,3% delle imprese ricettive (81,5% dei soli hotel, 64,1% delle altre strutture): il 52,1% tramite il sito di proprietà delle imprese (61,2% degli hotel), il 50% sui grandi portali ed il 3,9% attraverso i portali istituzionali.

In città le strutture ricettive che nel trimestre ottobre-dicembre offrono la possibilità di prenotare direttamente il soggiorno turistico tramite Internet sono il 75,5% (54,8% dal sito, 57,8% dai grandi portali), al mare il 73,5% (55,1% dal sito, 52,2% dai grandi portali), al lago il 71,9% ed in montagna il 66,8% delle strutture.

Ad utilizzare Internet per prenotare il soggiorno turistico nel corso del 2013 è in media il 42,3% della clientela che soggiorna nelle strutture ricettive in Italia (appena al di sotto di quella rilevata lo scorso anno, il 47,2%).

Nel trimestre ottobre-dicembre, in particolare:

- è il 42,2% della clientela a prenotare sul web, utilizzando le email (16,8%), i grandi portali (16,1%) oppure il sito web della struttura ricettiva (9,3%);
- nelle città di interesse storico-artistico e nelle località lacuali si rilevano le quote più consistenti di clientela che prenota attraverso Internet (rispettivamente il 47,8% e il 45,2%), con una maggiore propensione a servirsi dei grandi portali (21,9% della clientela che alloggia in città, 17,8% di quella al lago);
- negli hotel la quota di domanda che passa attraverso il web raggiunge in questo trimestre il 47,8% della clientela (20,7% dai grandi portali e 11,2% dal booking diretto on line sul sito della struttura) e sono ancora una volta le strutture di alta categoria a contare le quote più consistenti di prenotazioni on line (58,1% della clientela dei 4 stelle e 60,1% di quella dei 5 stelle) con un'incidenza di acquisti sui portali che sfiora il 30% (27,3% nei 4 stelle, 28,3% nei 5 stelle).

Maggiori informazioni sull'Osservatorio Nazionale del Turismo:

www.ontit.it

