

Favorire la compliance
relativa all'hotellerie
grazie a una più
ampia scelta di
strutture



Ora siete al corrente di tutti i motivi per cui i viaggiatori non possono o non vogliono usare le strutture preferenziali per le prenotazioni hotel. Secondo GBTA, queste sono le due ragioni principali:

- Nel **52%** dei casi i viaggiatori preferiscono soggiornare in hotel appartenenti a brand o tipologie non preferenziali.
- Nel **73%** dei casi i viaggiatori pensano di poter trovare una tariffa migliore altrove.

Cosa potete fare? Offrire una scelta più ampia ai viaggiatori, in modo che possano prendere la decisione *giusta*.

MOTIVO NUMERO 1:

“Non sono riuscito a trovare l’hotel che volevo”.

Area NORAM

50%

di copertura in più
rispetto al Q1 2016

Area EMEA

470%

di copertura in più
rispetto al Q1 2016

Area LATAM

491%

di copertura in più
rispetto al Q1 2016

Area APAC

352%

di copertura in più
rispetto al Q1 2016

Scelta limitata = compliance limitata

Storicamente le agenzie specializzate in business travel hanno sempre offerto una scelta limitata alle strutture presenti su GDS.

**Grazie alla soluzione alberghiera di CWT
powered by RoomIt, la situazione è cambiata.**

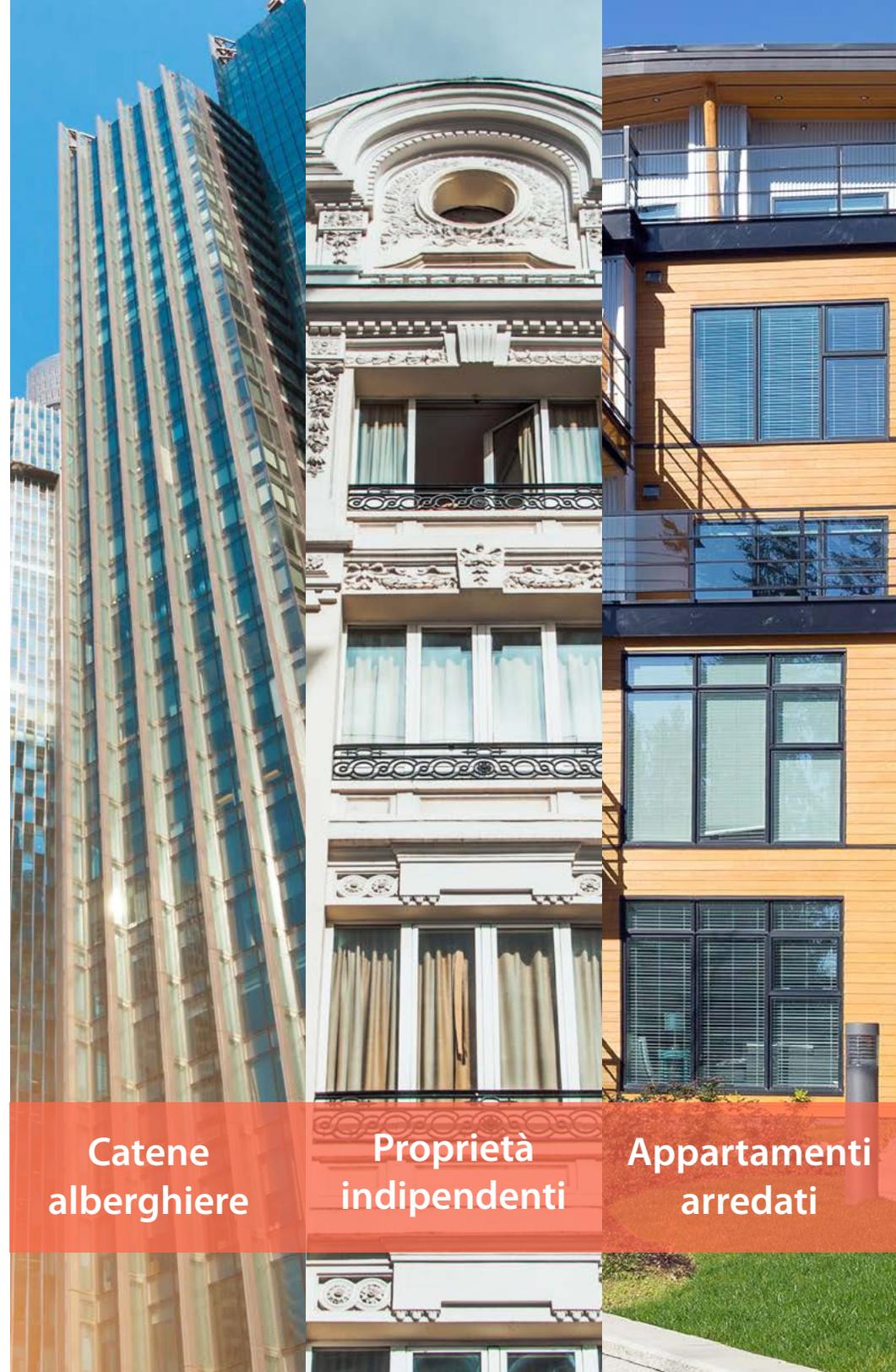
Ora i vostri viaggiatori possono prenotare una camera in oltre **800.000** strutture adatte ai viaggi d'affari, in **73.000** città. Possono effettuare le prenotazioni tramite CWT e avendo a disposizione anche i contenuti di terzi parti come Booking.com, Expedia Affiliate Network, e Desiya.

RoomIt 
by CWT

“Non fa per me”

A numerosi viaggiatori d'affari non interessa prenotare hotel che non soddisfino le loro esigenze o non riflettano le loro preferenze.

Collaborando con società terze che mettono a disposizione più contenuti, la soluzione alberghiera di CWT permette di scegliere tra numerose catene di hotel, proprietà indipendenti, o appartamenti arredati, sempre all'interno dei vostri canali preferenziali.



Catene
alberghiere

Proprietà
indipendenti

Appartamenti
arredati

“Ho cercato di prenotare un hotel preferenziale, ma non aveva disponibilità”

In molti casi, le tariffe negoziate includono una clausola LRA (Last Room Availability). Qual è il problema? CWT Solutions Group ha calcolato che gran parte dei travel manager spende fino al **5%** in più per questo beneficio.

Sapevate che molto spesso altri operatori propongono delle offerte nelle vostre strutture preferenziali, anche dopo che le vostre tariffe dedicate sono state chiuse?

È vero. Gli hotel, come tutte le aziende, mirano a massimizzare i ricavi e quindi propongono le loro tariffe tramite i canali più redditizi. Ci sono provider in grado di raggiungere un pubblico più ampio dei GDS, incrementando così le possibilità di vendita.

MOTIVO NUMERO 2:

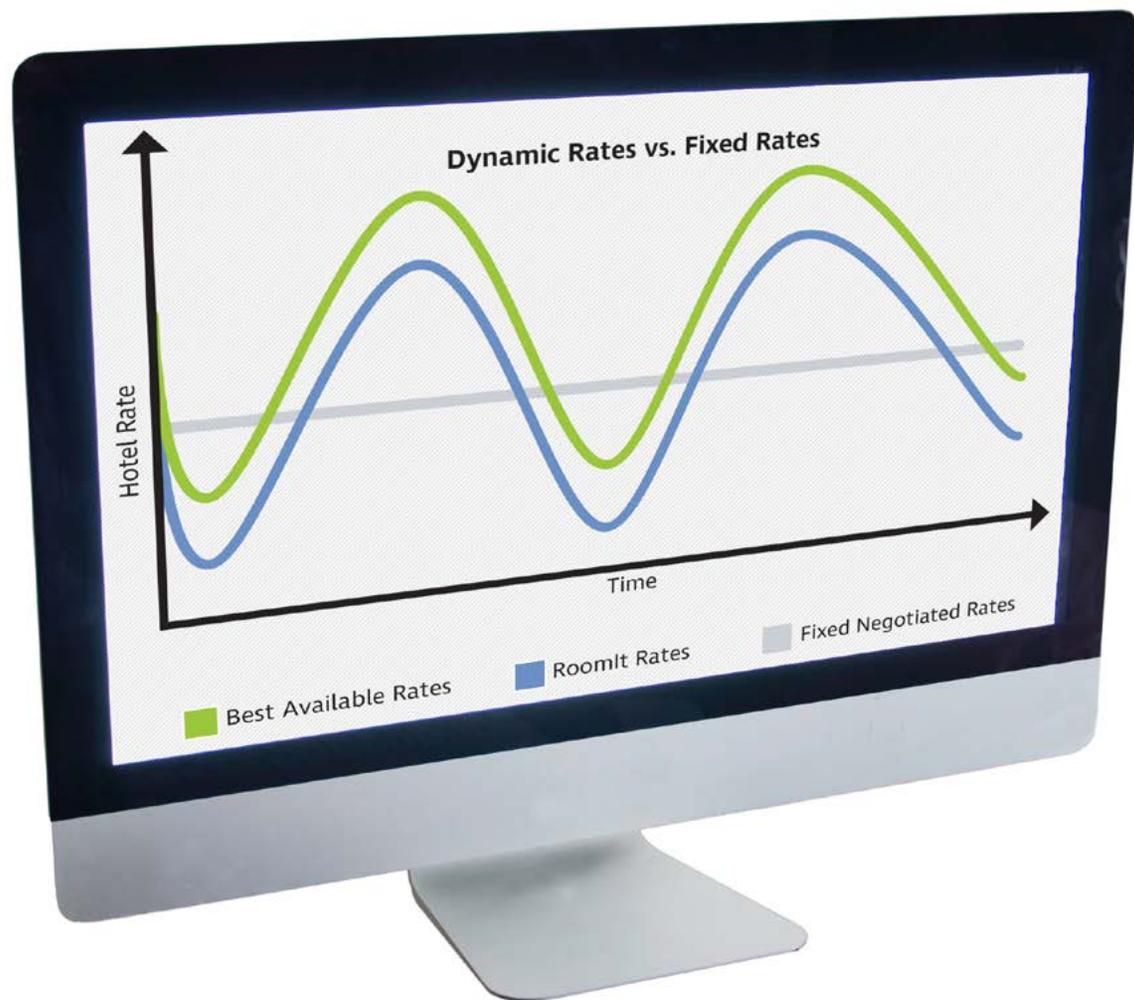
“Ho trovato una tariffa più bassa”.

I viaggiatori pensano di poter accedere a tariffe più basse, possono davvero?

Sì, hanno ragione. A volte operatori terzi offrono tariffe più basse di quelle negoziate da voi.

I contenuti di terzi spesso propongono camere alla migliore tariffa disponibile (BAR: Best available rate) o anche a una tariffa inferiore. Nei periodi di bassa affluenza, gli hotel riducono i prezzi per vendere di più. In questi periodi, le tariffe BAR possono essere inferiori alle vostre tariffe negoziate.

Offrendo le tariffe di terzi oltre alle vostre tariffe corporate, darette ai viaggiatori la possibilità di accedere ai prezzi più bassi.



L'hotel attachment
è cresciuto del

5%

L'utilizzo di strumenti
on-line è aumentato del

7,5%

I contenuti delle terze
parti hanno raggiunto il

14%

delle prenotazioni totali

Prenotazioni da
contenuti di terzi
in strutture non GDS

44%

I contenuti di terze parti portano davvero dei risultati?

Sì! Funzionano davvero.

Un produttore europeo, cliente di CWT, con circa 5.000 viaggiatori d'affari, non riusciva a trovare delle sistemazioni in numerose città in cui i dipendenti andavano in trasferta, a causa dei limiti del GDS.

Dopo aver implementato i contenuti di RoomIt, i viaggiatori d'affari dell'azienda hanno avuto accesso alle strutture e località di cui avevano bisogno.

RoomIt 
by CWT

Sembra geniale, ma...

Potreste pensare che i contenuti delle società terze abbiano troppe restrizioni: tutte le tariffe non sono rimborsabili, non offrono servizi aggiuntivi o non verranno prenotate dai viaggiatori perchè slegate dai più richiesti programmi di fidelizzazione.

Esaminiamo i dati più da vicino.



Dato: le tariffe non rimborsabili in realtà sono un buon affare

L'idea che tutte le tariffe proposte da società terze non siano rimborsabili è errata. In realtà:

- Il **90%** delle strutture di Expedia Affiliate Network offre tariffe rimborsabili.
- L'**85%** delle strutture di Booking.com offre tariffe rimborsabili.

Per ridurre i costi, numerose policy aziendali permettono tariffe non rimborsabili per i voli. Anche le tariffe non rimborsabili degli hotel offrono delle riduzioni significative dei costi, presentano pochi rischi e possono portare a una migliore pianificazione della trasferta.

- In media, le tariffe non rimborsabili sono inferiori del **20%** rispetto a quelle rimborsabili.
- Solo il **5-6%** delle tariffe non rimborsabili è annullato.





Dato: I contenuti delle società terze offrono anche servizi aggiuntivi

- I contenuti delle società terze offrono un'ampia gamma di tariffe, da quelle low cost senza servizi aggiuntivi a quelle che includono colazione, WIFI o policy di cancellazione flessibile.
- Le necessità dei vostri viaggiatori cambiano in base al tipo di trasferta. Se devono partecipare a conferenze in cui i pasti sono inclusi, possono risparmiare prenotando a una tariffa inferiore che non includa la colazione.

Dato: ci sono incentivi al di là dei punti fedeltà

- Le tariffe delle società terze non prevedono punti fedeltà. Tuttavia, i contenuti offerti dai terzi spesso possono servire a colmare una lacuna in alcune destinazioni in cui non sono disponibili grandi catene alberghiere con programmi fedeltà.
- Proporranno presto degli incentivi come l'accredito di miglia aeree o le gift cards destinate ai clienti che prenotano contenuti di terze parti.



E adesso?

1.

Consultate il vostro Program Manager CWT per stabilire in che modo la nostra soluzione alberghiera RoomIt può esservi utile per:

- Ridurre le prenotazioni alberghiere mancate
- Diminuire i costi complessivi degli hotel
- Migliorare la soddisfazione dei viaggiatori

2.

Rivedete e inviate ai viaggiatori “la guida per le prenotazioni alberghiere” fornitavi tramite e-mail. Aiutateli a comprendere i vantaggi delle prenotazioni effettuate all'interno del vostro hotel program aziendale.

3.

Usate CWT AnalytIQs per identificare le prenotazioni alberghiere mancate.

4.

Parlate dell'importanza di prenotare rispettando la vostra policy aziendale e utilizzando lo strumento Program Messenger.