

DESTINAZIONI

NEWS

NOVITÀ DI PRODOTTO

Come potenziare il destination management con le ricerche voli per ottimizzare le campagne di marketing



Sapere se e quante persone vogliono visitare la tua destinazione, in che periodo cercano i voli e quando

prenotano, ha un valore enorme.

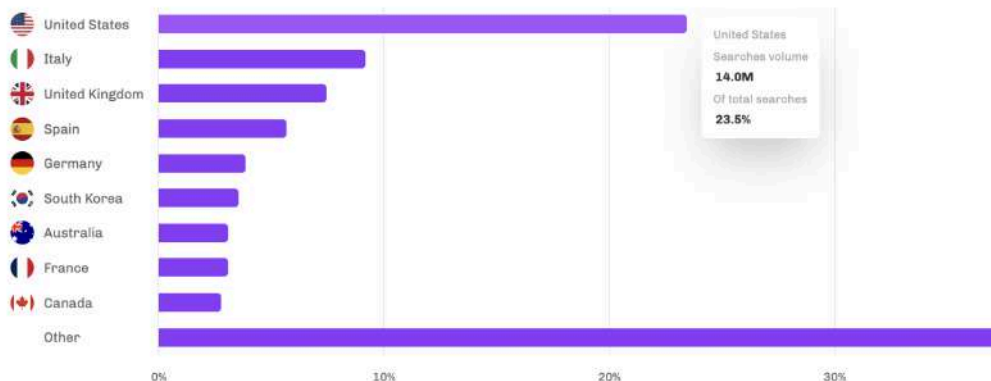
Se possiedi i dati sulle ricerche e le prenotazioni aeree infatti, potrai usarli in modo strategico per costruire campagne marketing efficaci, in grado di attirare nuovi visitatori:

- Migliorare la profilazione dei viaggiatori
- Creare campagne promozionali iper mirate
- Comprendere le preferenze e i comportamenti in base al paese di provenienza
- Pianificare il giusto timing delle attività di marketing in ciascun mercato
- Fornire informazioni preziose agli operatori locali e gli stakeholder per creare offerte e pacchetti specifici
- Pianificare eventi in base agli arrivi e alla provenienza dei viaggiatori

Ma avere sotto mano questo tipo di dati, aggiornati e confrontabili nel tempo, non è scontato.

TOP DEPARTURE COUNTRIES ⓘ

The top origin countries of passengers searching for your destination for the selected period.



(Paesi di provenienza dei passeggeri che conducono ricerche online per visitare l'Italia a settembre – fonte D / AI Destinations) ^

- 1 Prenotazioni e ricerche voli: perché sono utili?
- 2 Perché distinguere il Giorno di ricerca e il Giorno di viaggio?
- 3 Da dove vengono i dati di ricerca e prenotazioni dei voli?
- 4 Confrontare i dati previsionali di oggi con quelli dello scorso anno: la soluzione di Data Appeal

Prenotazioni e ricerche voli: perché sono utili?

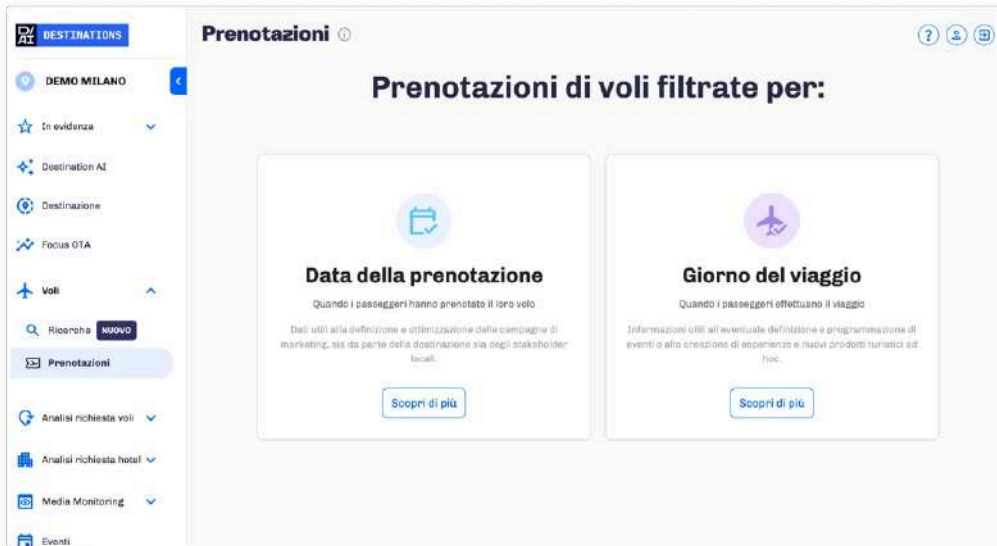
Per aiutare i destination manager e i destination marketers a tracciare un profilo accurato del loro target, delle sue abitudini e delle sue necessità, la piattaforma [D / AI Destinations](#) ha ampliato al massimo il suo Modulo Voli e lo ha suddiviso in 2 sezioni:

- Ricerche voli
- Prenotazioni voli

Ciascuna sezione è suddivisa a sua volta per:

- **giorno di ricerca/prenotazione:** quando i passeggeri hanno cercato e prenotato il loro volo
- **giorno di viaggio:** quando i passeggeri vogliono volare o voleranno effettivamente

Analizziamo insieme come funziona il modulo e come si utilizzano questi dati per ottimizzare le campagne marketing.



Perché distinguere il Giorno di ricerca e il Giorno di viaggio?

L'analisi dei dati per giorno di ricerca e di viaggio è funzionale a pianificare azioni di marketing diverse:

1 – L'analisi per giorno di ricerca o di prenotazione di un volo, ti aiuta a decidere quando lanciare le tue azioni di marketing.

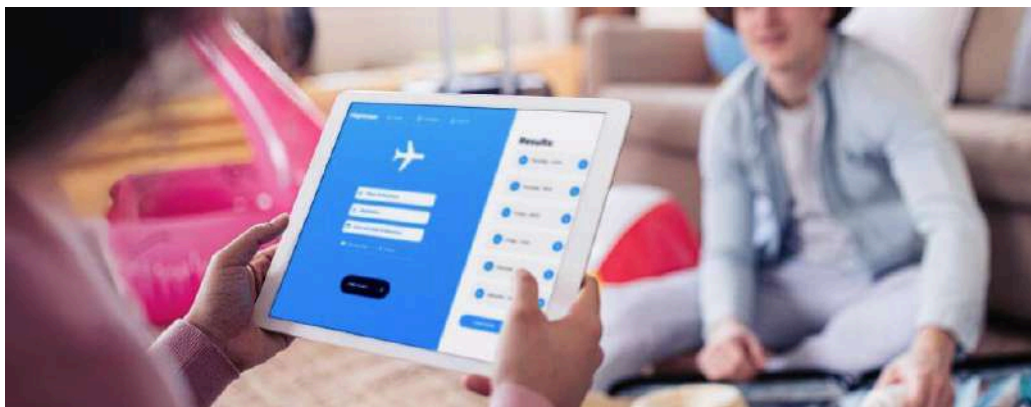
Ad esempio, se i francesi cercano i voli per la tua destinazione con 3 mesi di anticipo, potrai pianificare le tue azioni di marketing per l'estate a maggio o giugno.

Se gli spagnoli pianificano soprattutto con un mese di anticipo, le tue campagne potranno partire più sotto data.

2. L'analisi per giorno di viaggio, ti aiuta a pianificare eventi o creare nuove esperienze e prodotti di viaggio specifici.

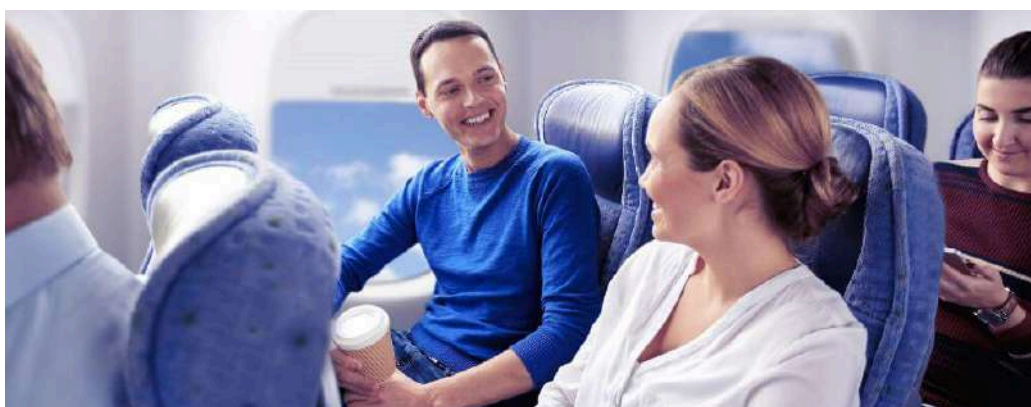
Ad esempio, se i dati ti dicono che i Greci vengono soprattutto a settembre, puoi valutare la creazione di contenuti testuali e video rivolti a questo pubblico, che promuovano le attività più appropriate a settembre.

Al contrario, se scopri che il tuo target interrompe le prenotazioni in certi periodi dell'anno, puoi creare pacchetti, offerte o incentivi proprio per i mesi meno richiesti.



Nel modulo voli, oltre a questo filtro temporale, abbiamo reso disponibile un'ampia gamma di altri filtri che consentono di elaborare analisi dettagliate soprattutto a scopo di marketing:

- **per città di arrivo**, per concentrarti su uno o più aeroporti rilevanti per la tua destinazione
- **per paese di origine**, per identificare mercati in crescita o potenziali opportunità di sviluppo, comprendere i principali segmenti di mercato e creare campagne promozionali mirate
- **per tipologia di viaggio**, se di sola andata o andata e ritorno.



Da dove vengono i dati di ricerca e prenotazioni dei voli?

Ogni dataset fornisce ampie informazioni sulle ricerche e le prenotazioni di voli effettuate tramite GDS:

- Numero complessivo
- Analisi delle previsioni degli arrivi
- La durata media del soggiorno per paese di origine dei passeggeri
- Le rotte più ricercate
- Le possibili destinazioni concorrenti per le quali i passeggeri stanno cercando dei voli, filtrate per paese e città di arrivo.

Il GDS che ci fornisce questi preziosi dati è [Travelport](#), proprietario a sua volta di Galileo, Worldspan e Apollo.

Come già saprai, i **Global Distribution System** sono grandi sistemi informatici che collegano compagnie aeree, alberghi e società di autonoleggio con gli agenti di viaggio.

Travelport aggrega le informazioni di **478 compagnie aeree** (in media il 15% in più dei suoi competitor).

Questo ti consente di avere un **quadro molto affidabile delle tendenze di viaggio** e dei comportamenti dei visitatori, soprattutto stranieri.



Confrontare i dati previsionali di oggi con quelli dello scorso anno: la soluzione di Data Appeal

Una delle principali preoccupazioni dei destination manager è quella di

avere sotto mano dati affidabili.



Ma come confrontare i dati previsionali di oggi, che si aggiornano continuamente giorno per giorno, con quelli dello scorso anno, che sono già definitivi e consolidati?

Facciamo un esempio reale: a gennaio puoi prevedere il livello di arrivi aerei di agosto, ma questo dato cambierà di settimana in settimana mano a mano che ci avviciniamo alla data. Confrontare il dato odierno con quello di agosto 2023 non ha dunque molto senso.

Per questo D / AI Destinations ha lanciato una novità assoluta che ti permette di fare confronti affidabili e sicuri: la “rolling views”, ossia una funzionalità che consente di confrontare i dati provvisori di oggi con i dati provvisori dello stesso periodo dell’anno scorso.

Questo approccio come abbiamo visto è utile soprattutto quando si tratta di proiezioni future.

Potrai quindi confrontare i dati provvisori di oggi con i dati provvisori dell’anno precedente, per ottenere una **valutazione accurata** dell’andamento, ad esempio, delle prenotazioni alla stessa data dell’anno scorso.

Ciò fornisce un quadro chiaro e coerente di come la situazione stia evolvendo, relativamente alle ricerche voli e alle prenotazioni.

DISTRIBUTION OF THE PASSENGERS' VOLUME

This widget analyses the volume trends of passengers, confirmed and cancelled, for the selected period.

Monthly



ARRIVAL FORECAST

Analysis of trends in arrivals and length of stay for the next 12 months from the selected period.

Arrivals

Length of stay

Monthly



Prova D / AI Destinations

Il Modulo Voli è disponibile solo su richiesta sulla piattaforma di destination management D / AI Destinations.

Richiedi la prova gratuita