

DESTINAZIONI

HORECA

NEWS

# **Analizzare tariffe e saturazione OTA: i vantaggi per le destinazioni turistiche**



**Perché l'andamento delle tariffe e la saturazione di hotel e affitti brevi sulle OTA (online travel agencies) è un dato importante per una destinazione turistica? Quali sono i vantaggi di**

# monitorare con costanza e in tempo reale queste informazioni?

In questo articolo spiegheremo in dettaglio come e perché le destinazioni devono tenere sotto controllo il quadro della domanda e dell'offerta delle strutture ricettive del territorio per:

- **anticipare trend di mercato**
- **comprendere il comportamento dei viaggiatori e la sensibilità al prezzo**
- **valutare la penetrazione delle OTA sul territorio**
- **prendere decisioni strategiche informate**
- **migliorare l'esperienza dei visitatori e dei residenti**
- **aiutare gli operatori locali a creare un'offerta coerente ed efficace**

In chiusura, ti forniremo anche qualche **consiglio esclusivo** su come utilizzare queste informazioni per la tua destinazione.



## Come accedere a tutti i dati su hotel e affitti brevi di una destinazione?

Avere accesso a tutte le informazioni relative alle strutture alberghiere e gli affitti brevi del territorio non è semplice. Servono strumenti appositi e

affidabili.



Per questo [D / AI Destinations](#), la nostra piattaforma di destination marketing & management, include fin dalla sua nascita l'OTA Focus, un modulo essenziale per tenere traccia, in tempo reale e con uno storico consolidato, tutto quello che riguarda l'offerta turistica alberghiera e di alloggi privati sui grandi portali online.

Il modulo ti permette di visualizzare in un'unica schermata:

- Tariffe minime, medie e massime, per singolo giorno
- Saturazione OTA, ossia il livello di occupazione giornaliero registrato dai portali
- Analisi aggregata o separata di hospitality (hotel, b&b, agriturismo, ecc.) e affitti brevi (stanze, appartamenti, case vacanza)
- Sono disponibili dati passati fino al 2019 e dati futuri, fino a 12 mesi
- I dati sono visualizzabili su mappa
- I dati sono disponibili a livello giornaliero, settimanale e mensile
- Comparazioni temporali o con altri territori

Utilizzeremo il modulo OTA Focus per capire con esattezza come sfruttare concretamente queste informazioni per la tua destinazione.

## **Saturazione OTA: qual è il peso dei portali online sulla tua destinazione?**

La Saturazione OTA offre una stima accurata e aggiornata dell'attuale livello di saturazione (cioè di occupazione) della destinazione sui grandi portali (Online Travel Agencies come Expedia e Booking). Questa stima è calcolata analizzando i dati pubblicamente disponibili sui canali di distribuzione online.

**La saturazione OTA ti fa capire quindi la misura in cui le agenzie di viaggio online dominano il mercato delle prenotazioni di alloggi nel tuo territorio.**

Un'elevata saturazione indica che la maggior parte delle prenotazioni vengono effettuate tramite queste ultime. Al contrario, una bassa saturazione significa che le prenotazioni sono più distribuite tra diverse fonti, come i siti web degli hotel o le prenotazioni via mail o telefoniche.

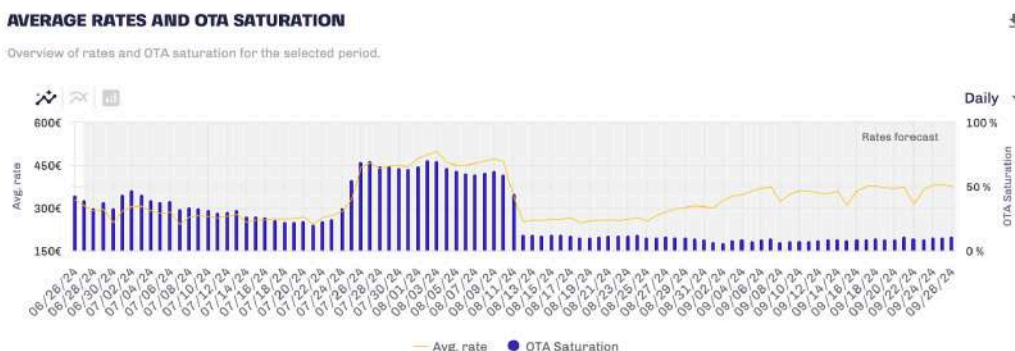
Di recente, il nostro team ha rilasciato un nuovo modello di calcolo della saturazione OTA.

**Questo modello è uno strumento essenziale per comprendere fino a che punto le OTA dominano il mercato delle prenotazioni alberghiere, fornendo dati chiave nella gestione della tua destinazione.**

Filtra il periodo che desideri esaminare, proiettati nel futuro selezionando i prossimi 30 giorni, tre mesi, sei mesi o anche dodici mesi. Oppure imposta intervalli personalizzati per concentrarti su periodi rilevanti per la tua analisi.

Questo ti permette di ottenere una visione a medio e lungo termine dei trend e dei dati relativi alle prenotazioni e alle performance delle OTA.

**Qui ad esempio puoi vedere la variazione di saturazione e tariffe per i mesi estivi a Parigi, dove si svolgeranno le Olimpiadi.**



Puoi anche fare un confronto con il passato, ma ricorda che mentre i dati odierni sul futuro sono in divenire e quindi possono variare di giorno in giorno, quelli passati sono consolidati e definiti.

Questo significa che per ottenere un confronto affidabile al 100%, dovrai attendere i giorni successivi alle date che ti interessano.

**Quali sono i vantaggi di conoscere la saturazione delle strutture sui portali?**

- **Comprendi il peso delle OTA nella tua destinazione:** ci sono destinazioni notoriamente molto “intermediate”, dove quindi la grande maggioranza degli alloggi sono venduti tramite OTA. Nelle destinazioni meno note o limitrofe a quelle note ad esempio, la maggior parte delle strutture sono su OTA per

ottenere il massimo della visibilità, offrendo tariffe più basse e alzandole solo quando la destinazione principale è sold out. Ma ci sono anche destinazioni dove la maggior parte delle strutture riescono a ottenere un ottimo risultato vendendo direttamente e che quindi riducono al minimo la disponibilità sulle OTA. Da un lato, le OTA offrono maggiore visibilità a tutte le categorie di alloggi disponibili nel tuo territorio e consentono loro di raggiungere un pubblico più ampio. Tuttavia, una forte dipendenza dalle OTA può comportare commissioni più elevate sulle prenotazioni e una minore fidelizzazione dei clienti per gli stakeholder locali, portando eventualmente a una minore soddisfazione del cliente e a fenomeni di sovraffollamento per le destinazioni mature. Sapere quanto sono intermedie le strutture della destinazione ti permette di capire molto sul mercato e sui tuoi operatori.

- **Intercetta con anticipo le tendenze di mercato per ottimizzare le attività di marketing:** conoscere la saturazione delle OTA fornisce un vantaggio strategico, perché dà informazioni sulle dinamiche del mercato. Monitorare questi dati in tempo reale permette di rispondere rapidamente a cambiamenti improvvisi nel mercato, come eventi speciali, cambiamenti economici o altre circostanze esterne che potrebbero influenzare la domanda turistica. Nei periodi di scarsa affluenza o quando la saturazione indica la presenza di spazi vuoti, è possibile attuare strategie di marketing mirate, come offerte speciali o promozioni last-minute, per stimolare ulteriormente la domanda.
- **Migliora l'esperienza turistica:** Sapere in anticipo quando e come i turisti visitano una destinazione può aiutare a migliorare l'esperienza complessiva, ottimizzando i servizi e le infrastrutture per accogliere i visitatori nei momenti di maggiore affluenza.
- **Misura l'impatto di eventi:** l'andamento della saturazione è anche un ottimo modo per misurare il livello di appeal di fiere, convegni, concerti, manifestazioni, ecc. Non è raro che una destinazione scopra proprio grazie a questo strumento

quanto sono cresciuti certi eventi, su cui dunque vale la pena investire.

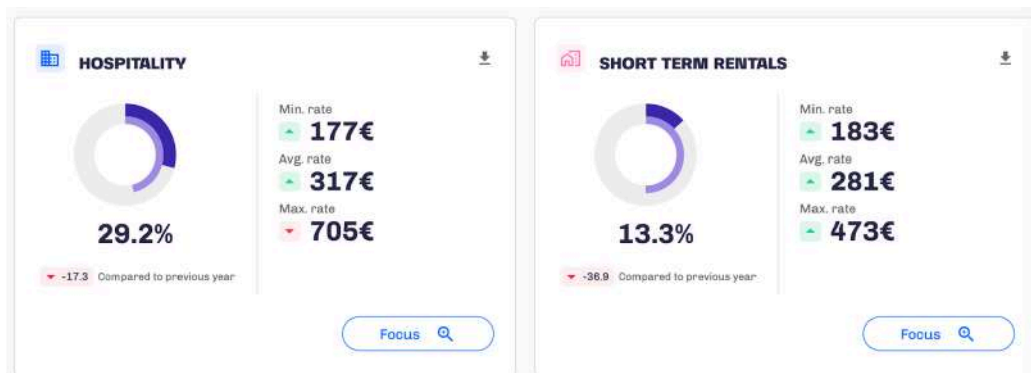


## I vantaggi di conoscere le tariffe OTA e le tendenze del mercato

I dati riguardanti le tariffe medie disponibili sulle OTA, con un minimo e un massimo, e la variazione percentuale rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, sono un ottimo strumento per avere una panoramica completa e dettagliata della dinamica dei prezzi nella destinazione.

Condurre un'analisi comparativa delle tariffe delle OTA e delle tendenze del mercato fornisce ai tour operator locali e ai gestori degli alloggi le conoscenze necessarie per prendere decisioni informate relative alle entrate e alle vendite.

Anche comparare le performance di hotel e affitti brevi offre insight interessanti per comprendere le tendenze del mercato e le preferenze dei viaggiatori.



Nel caso di D / AI Destinations, è possibile spingersi persino oltre, perché puoi confrontare l'andamento delle tariffe con quelle dei tuoi competitor o delle destinazioni che hai selezionato come benchmark con in mente un obiettivo di crescita all'interno della piattaforma.



**Quali sono i vantaggi di conoscere l'andamento delle tariffe OTA?**

- **Valutare l'appetibilità della destinazione e la pressione turistica:** insieme ai dati sulla saturazione, le tariffe sono la cartina tornasole di come si sta comportando il mercato: c'è molta domanda per i prossimi mesi? Quanto sono disposti a spendere i turisti per un soggiorno? Supportare gli stakeholder locali nelle strategie di revenue: come sempre, i dati devono guidare le decisioni delle destinazioni e dei suoi operatori. Facciamo un esempio pratico: a [Parigi](#) nel febbraio 2024 le tariffe OTA degli alloggi per le Olimpiadi estive registravano già aumenti record rispetto all'anno prima. L'Assessore al Turismo lanciò un messaggio pubblico molto chiaro: se esageriamo, ci ritroveremo vuoti, perché le persone preferiranno soggiornare nei paesi limitrofi e perderemo un'occasione di crescita. Nei mesi successivi infatti, le tariffe si sono decisamente ridimensionate e l'occupazione è estremamente più elevata rispetto all'anno passato.
- **Pianificare campagne promozionali mirate e aumentare la redditività complessiva della tua destinazione:** capire la capacità di spesa e le preferenze di prenotazione degli utenti, insieme ad altri dati sui loro comportamenti, può guidare le

scelte di marketing della destinazione ad ampio spettro.

I dati tariffari ti servono anche per valutare l'efficacia delle offerte e delle pubblicità che hai attivato. Se necessario, potrai apportare eventuali modifiche per supportare gli stakeholder locali nel migliorare le prestazioni delle loro proprietà.

- **Prenotazioni last-minute:** analizza le tariffe last-minute, per prendere decisioni informate, gestire le situazioni di saturazione degli alloggi e massimizzare le opportunità di prenotazione per i tuoi operatori.



## 4 Best practice per sfruttare al meglio i dati delle OTA

Tariffe e saturazioni OTA sono quindi un eccezionale strumento di analisi per misurare in tempo reale le performance della destinazione.

Per concludere la nostra analisi, ecco alcuni consigli utili per sfruttare al meglio questi dati a vantaggio della DMO e degli stakeholder locali.

1. **Pianifica la capacità di accoglienza e analizza i trend in atto:** tracciare i dati sulla saturazione nel tempo consente di identificare le tendenze stagionali o annuali e adattare di conseguenza la strategia di destinazione. Stimando la saturazione attuale, puoi anticipare i periodi di punta e preparare il tuo territorio a una domanda più elevata. Ciò consente anche di ottimizzare la gestione quotidiana dei servizi locali e delle infrastrutture.
2. **Crea strategie di marketing mirate:** quando la saturazione indica periodi di bassa affluenza, è possibile aiutare gli



stakeholder locali a implementare strategie di marketing mirate, come offerte speciali o promozioni last minute, per stimolare ulteriormente la domanda turistica

^

**3. Incentiva il turismo nei periodi di bassa stagione:**

utilizzando le previsioni di saturazione, puoi pianificare in modo proattivo eventi, festival o esperienze specifiche per attirare visitatori durante i periodi di flessione o soddisfare meglio coloro che hanno già prenotato il loro soggiorno. Ad esempio, se la saturazione data indica una bassa affluenza in un periodo specifico, puoi pianificare un evento speciale o offrire un'esperienza unica per attirare più visitatori.

**4. Condividi le informazioni con gli stakeholder:** invia un

bollettino o una newsletter mensile, oppure organizza un webinar con cadenza fissa per condividere con albergatori, operatori e tour operator i dati di destinazione, la saturazione e le tariffe OTA. In questo modo potrai stimolare la condivisione e la creazione di strategie più coerenti per spingere la destinazione in modo più efficace, allineando i tuoi obiettivi e quelli degli operatori.

# Vuoi saperne di più? Esplora D / AI Destinations.

Richiedi la demo gratuita