

La fiducia nel brand come il fattore più importante nella scelta di un sito web di viaggi

Una ricerca di Yahoo! ne rivela i fattori principali alla base del successo

Milano, 18 giugno 2009 - Yahoo! ha annunciato i risultati di una ricerca relativa ai fattori chiave per il successo dei siti web nel settore dei viaggi. Il sondaggio, che ha coinvolto oltre 11.000 utenti Yahoo! in Europa che hanno visitato un sito web di viaggi negli ultimi 3 mesi, rivela che la fiducia nel brand è il fattore più importante per la scelta di questa tipologia di siti.

Il 60% degli intervistati in tutta Europa, infatti, ha indicato la fiducia nel brand come la più importante tra le altre caratteristiche proposte, tra cui la semplicità, la completezza delle informazioni e la professionalità. Gli utenti italiani confermano e rafforzano il trend europeo, indicando al 62% la fiducia nel brand, seguita dalla semplicità e chiarezza (61%), l'eshaustività informativa (48%), e la completezza (46%).

"Nell'attuale clima economico il brand è più importante che mai". - dichiara Tracey Cheffey, Category Director di Yahoo! Travel - "Gli utenti continuano ad essere alla ricerca delle offerte migliori, ma nonostante il prezzo rimanga un fattore estremamente importante, la fiducia nel brand è diventata la priorità e gli utenti hanno bisogno di essere assicurati prima di effettuare una prenotazione".

Il sito di viaggi ideale

Anche se oggi le risorse online vengono di gran lunga preferite ai canali tradizionali, gli utenti continuano a manifestare il desiderio di maggiore interazione, oggettività e una gamma più ampia di opzioni. I fattori che maggiormente soddisfano gli utenti di un sito web dedicato ai viaggi sono, per la media degli europei, la qualità e quantità del contenuto. Gli utenti italiani continuano questa speciale classifica menzionando la presenza di link a siti correlati, le offerte e occasioni speciali, facilità di individuazione delle recensioni e, in ultima istanza, il layout e design.

Tra tutti i possibili contenuti presenti in un sito web di viaggi, gli utenti italiani hanno indicato come importanti fondamentali i seguenti:

- Offerte speciali e occasioni, 54%
- Strumenti di confronto dei prezzi, 44%
- Informazioni sulle strutture alberghiere, 41%
- Guide turistiche, 32%
- Contributi fotografici e video, 23%

Gli intervistati europei hanno ribadito l'importanza dei social media e dei contenuti "user generated" come requisito di affidabilità: il 38%, infatti, ha dichiarato che preferisce affidarsi alle raccomandazioni e ai consigli di altri utenti prima di prenotare una vacanza online. La percentuale degli italiani concordi con questa affermazione sale al 55%. Per ottimizzare la *user experience*, più della metà (52%) degli intervistati a livello europeo preferirebbe una maggiore interazione con il sito, rendendolo quanto più possibile personalizzabile. La seconda preferenza scelta dagli utenti per il proprio sito di viaggi ideale è l'utilizzo di contenuti multimediali come i contributi video (45%), seguito dalle opinioni degli esperti (42%).

La tranquillità della sera è risultato il momento migliore, sia nei giorni lavorativi (per il 56% degli utenti europei) che durante il fine settimana (per il 45%), per visitare un sito web di viaggi.

Lorenzo Montagna, Amministratore Delegato di Yahoo! Italia spiega così il fenomeno: "Il fatto che la maggior parte della gente visiti i siti Web di sera rivela un cambiamento nelle abitudini di fruizione dei media. Grazie al *media-meshing*, la televisione non domina più il consumo di media nelle ore serali e i brand devono modificare, di conseguenza, le loro strategie di pianificazione".

"Yahoo! vanta una conoscenza approfondita del comportamento degli utenti, dalla fase in cui sono in cerca di idee fino a quella della ricerca e della prenotazione della vacanza – aggiunge Lorenzo Montagna – e per questo collabora con i brand del settore viaggi per far sì che si rivolgano in modo mirato ai loro clienti in ogni fase del processo di acquisto. Gli inserzionisti non possono concentrarsi solo su una parte di questo processo, al contrario è importante che siano sulla stessa lunghezza d'onda dei clienti durante tutte le fasi, dal momento che i concorrenti sono sempre a portata di click. Il ruolo di Yahoo! consiste nel fornire agli operatori commerciali la soluzione giusta, spesso personalizzata, necessaria per raggiungere i loro obiettivi".

L'utente-tipo dei siti travel

La ricerca, inoltre, ha esaminato le diverse abitudini degli utenti europei per quanto riguarda la tipologia di vacanze:

- I francesi mostrano maggiore spirito di avventura e propensione per le vacanze indipendenti (il 37% sceglie vacanze attive);
- I tedeschi tendono a prediligere i viaggi nelle città d'arte (il 40% opta per destinazioni urbane);
- Gli italiani mostrano una forte preferenza per stazioni balneari/villaggi (il 52% predilige vacanze estive al caldo);
- Gli spagnoli tendono a trascorrere le vacanze nel proprio paese (il 60% non esce dai confini nazionali);
- I britannici sono più propensi a recarsi all'estero e a prenotare online voli (66%) e parcheggi presso gli aeroporti (28%)

Ma chi è l'utente modello dei siti di viaggio? E quali attività compiono? Tendenzialmente l'utente europeo è un uomo tra i 25 e i 44 anni, sposato senza figli e con un lavoro full time da 24.500 € all'anno. La maggior parte di essi naviga sui siti travel prevalentemente per motivi personali, ma c'è un 30% di utenti italiani che dichiara di farlo per motivi di lavoro. Vengono acquistati più biglietti aerei (59%) che ferroviari (38%).

C'è una differenza sostanziale tra quello che gli utenti fanno in fase di ricerca del viaggio e il metodo di prenotazione dello stesso. Il 52% degli utenti europei, infatti, come prima istanza si rivolge ai motori di ricerca e poi prenota attraverso i siti degli hotel o delle compagnie aeree (46%) o attraverso i siti delle agenzie di viaggio "web-based" (29%). Sono sempre meno, quindi, gli utenti di Internet che non usano il mezzo per organizzare le proprie vacanze o i propri spostamenti. Solo il 27% si affida all'agenzia sotto casa e il 23% chiama direttamente le strutture o le compagnie aeree. Il motivo di tutto ciò è dato dalla convinzione che in Internet si possono trovare informazioni che non sono disponibili altrove. Tra tutti gli europei, sono proprio gli italiani i più fermi sostenitori di Internet come fonte di informazioni preziose.



Nel corso degli ultimi mesi, Yahoo! Europe ha stretto collaborazioni con diverse società che operano nel settore viaggi, tra cui Thomas Cook, Virgin Holidays, Kuoni, P&O Ferries, the Greek National Tourist Office e Tourism Ireland. Abbinando un'ampia copertura a un approccio altamente mirato, Yahoo! è in grado di offrire la piattaforma e la conoscenza del settore necessarie per realizzare campagne che ottimizzano i budget e soddisfano efficacemente gli obiettivi di marketing.

Yahoo! Italia

Yahoo! Italia (www.yahoo.it), parte di Yahoo! Europa e di Yahoo! Inc, è l'azienda leader nell'offerta completa di prodotti e servizi online per il mondo consumer e business: ricerca, shopping, news, informazioni, mail, instant messaging, sport, viaggi, e una vasta gamma di servizi di entertainment. Yahoo! offre il più ampio ventaglio di soluzioni promozionali su Internet per tutti gli inserzionisti italiani, grazie ad un'offerta completa e concreta, che racchiude tutte le modalità più innovative per raggiungere il proprio target. Yahoo! Inc. è un brand Internet leader a livello globale e una delle destinazioni online che registra il maggior traffico in tutto il mondo. Yahoo! Inc. è costantemente impegnata a potenziare le proprie community di utenti, inserzionisti, editori e sviluppatori creando per questi interlocutori esperienze dal valore unico basate sulla fiducia. Yahoo! Inc. ha sede a Sunnyvale in California. Il network globale Yahoo! è presente con uffici in 24 mercati in tutto il mondo ed offre i propri siti fruibili in 30 lingue.

Informazioni per la stampa:

Claudia Ronchi
Yahoo!
Via Spadolini 7
20141 Milano
Tel. +39 02 36653 421
Fax. +39 02 36653 472
ronchic@yahoo-inc.com
www.yahoo.it

Manuela Roccato – Cabiria Mimum
CITIGATE
Viale Bianca Maria. 31
20122 Milano
Tel. +39 02 76001633
Fax. +39 02 76009751
manuela.roccato@citigate.it cabiria.mimum@citigate.it
www.citigate.it

Press Room:

<http://it.docs.yahoo.com/info/releases.html>
http://www.flickr.com/photos/yahoo_italia_ufficio_stampa

Cerca e segui "Yahoo! Italia" su  e 