

Gestione Portali e Channel Manager

Ottimizzazione, tecnologia e strategia nel
panorama dell'ospitalità moderna

Luca Pizzolato - Hotel Manager BHR Treviso Hotel

Introduzione

La gestione dei portali online e del channel manager è un elemento strategico per garantire visibilità, competitività e crescita dei ricavi.



L'Ecosistema della Distribuzione

- Partner o Nemici? Analisi dei Portali di Prenotazione (OTA).
- La Sfida Quotidiana: I rischi della gestione manuale e degli overbooking.
- La Soluzione Tecnologica: Cos'è e come funziona un Channel Manager (CM).
- L'Obiettivo Finale: Verso una strategia di distribuzione equilibrata e profittevole.

Obiettivi principali

- ▶ Incrementare la presenza online
- ▶ Ottimizzare le tariffe in tempo reale
- ▶ Minimizzare il rischio di overbooking
- ▶ Migliorare la produttività operativa

Le OTA: Il "Billboard Effect"

~70% dei clienti

Cosa sono le OTA?

Sono le Online Travel Agencies (Booking.com, Expedia, etc.), le vetrine digitali globali. Paghiamo commissioni, ma perché sono ancora utili?

Il "Billboard Effect": circa il 70% dei clienti che prenotano direttamente sul sito di un hotel ha *prima* visitato una OTA per scoprire la struttura. Le OTA fungono da “cartellone pubblicitario” globale.

Il Dilemma delle OTA: Pro e Contro

PRO (Vantaggi)

- ▶ **Visibilità Immediata:** Accesso a un mercato globale che non potremmo raggiungere da soli.
- ▶ **Marketing Delegato:** Le OTA investono miliardi in pubblicità (es. Google Ads) al posto nostro.
- ▶ **Pubblicità Gratuita:** Il già citato “Billboard Effect”.

CONTRO (Svantaggi)

- ▶ **Commissioni Elevate:** Costi significativi (15-25%) che erodono la marginalità.
- ▶ **Perdita Dati Cliente:** Spesso l’OTA “possiede” il cliente e non condivide i dati per la fidelizzazione.
- ▶ **Rate Parity:** L’obbligo contrattuale di offrire la stessa tariffa su tutti i canali.

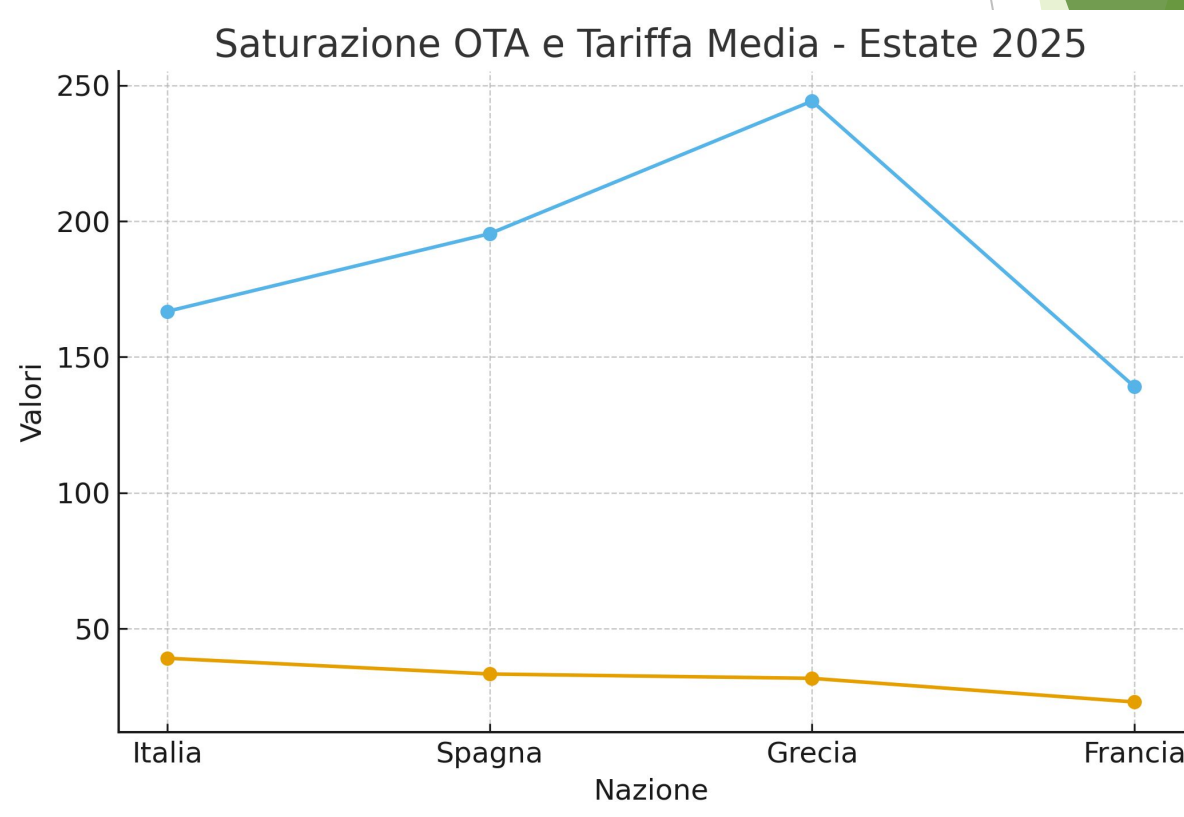
Portali OTA e investimenti in AI

- ▶ I principali player del settore (Booking.com, Expedia, Airbnb, Hotelbeds) stanno accelerando gli investimenti nell'Intelligenza Artificiale:
- ▶ Algoritmi predittivi per la domanda e il pricing
- ▶ Raccomandazioni personalizzate basate su comportamento e preferenze
- ▶ Visibility booster dinamici basati su AI
- ▶ Assistenza clienti conversazionale 24/7
- ▶ Classificazione automatica contenuti e recensioni
- ▶ Ottimizzazione machine-learning delle campagne ADV

OTA - Saturazione & Tariffa Media (Estate 2025)

- L'Italia si conferma regina d'Europa per tasso di saturazione e competitività.

Nazione	Tasso saturazione OTA	Tariffa media
Italia	39,1%	166,8 €
Spagna	33,3%	195,4 €
Grecia	31,7%	244,2 €
Francia	23%	139,1 €



Channel Manager: Definizione

Cosa succede senza uno strumento centrale?

- ▶ Bisogna entrare in ogni *extranet* (Booking, Expedia, etc.) per chiudere la disponibilità dopo una vendita.
- ▶ **Rischio Overbooking:** Un errore gravissimo che costa denaro e reputazione.
- ▶ **Errori di Prezzo:** Dimenticare di aggiornare una tariffa su un portale.
- ▶ **Spreco di Tempo:** Ore di lavoro manuale che potrebbero essere dedicate all'ospite.

C.M.

Il Channel Manager consente la distribuzione automatizzata e sincronizzata di tariffe, disponibilità e restrizioni su tutti i portali OTA

Funzionalità principali

- ▶ Aggiornamento in tempo reale delle disponibilità
- ▶ Sincronizzazione delle tariffe
- ▶ Prevenzione dell'overbooking
- ▶ Analisi delle performance per canale

Benefici operativi

- ▶ Risparmio di tempo nella gestione manuale
- ▶ Riduzione errori di caricamento
- ▶ Coerenza totale tra portali
- ▶ Reportistica strategica

Revenue Management System (RMS)

- ▶ Il Revenue Management System (RMS) supporta la strategia tariffaria attraverso:
- ▶ Previsioni accurate di domanda e performance
- ▶ Automazioni tariffarie basate su regole e algoritmi
- ▶ Analisi pick-up, segmentazione, elasticità prezzo
- ▶ Gestione scenari 'what-if' e forecasting

Comparazione Prima / Dopo

PRIMA

- Aggiornamenti manuali
- Errori frequenti
- Disallineamento OTA
- Nessuna automazione RMS

DOPO

- Aggiornamenti automatici
- Dati sempre allineati
- Overbooking eliminato
- RMS predittivo e strategico

Conclusioni

Una gestione integrata tra OTA, Channel Manager e RMS consente di massimizzare ricavi, ottimizzare la distribuzione e aumentare la competitività della struttura.

Domande?