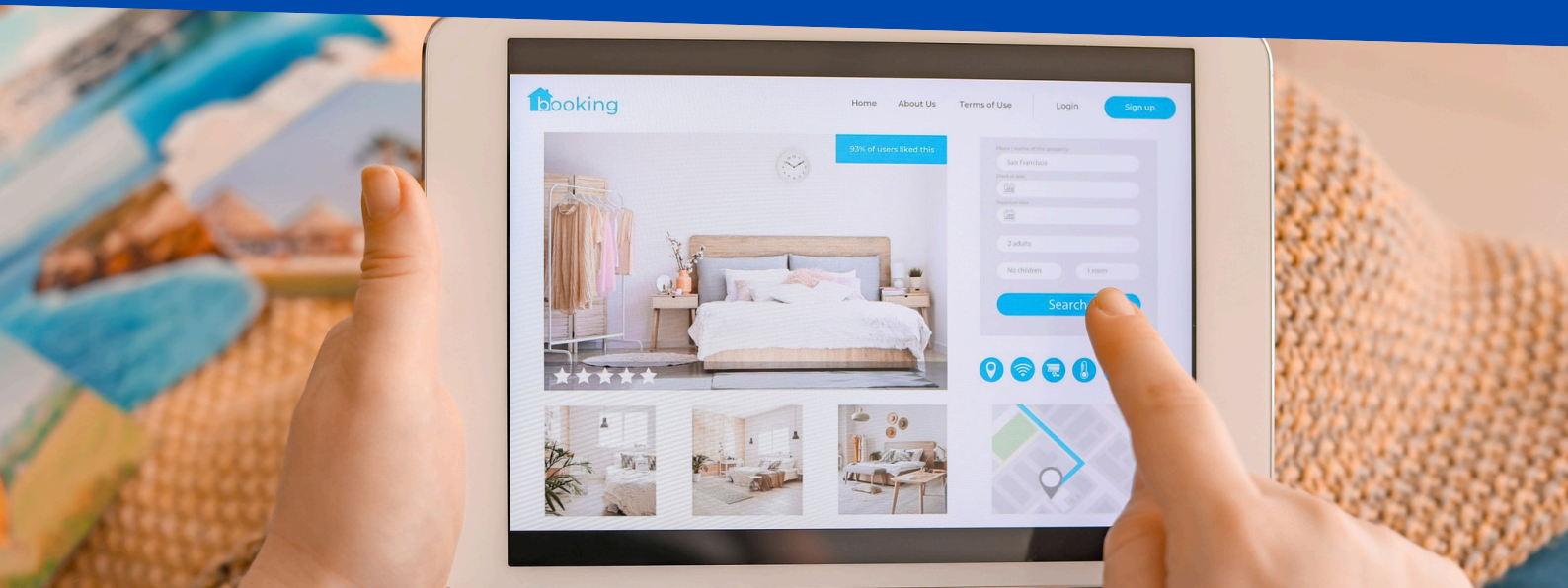




IL BOOKING ENGINE È L'E-COMMERCE DELL'HOTEL

di Marco Matarazzi (CEO e co-fondatore di **Slope**)

Quante volte mi sono trovato a ricordare agli albergatori che il booking engine non è "solo un form di prenotazione sul sito"?

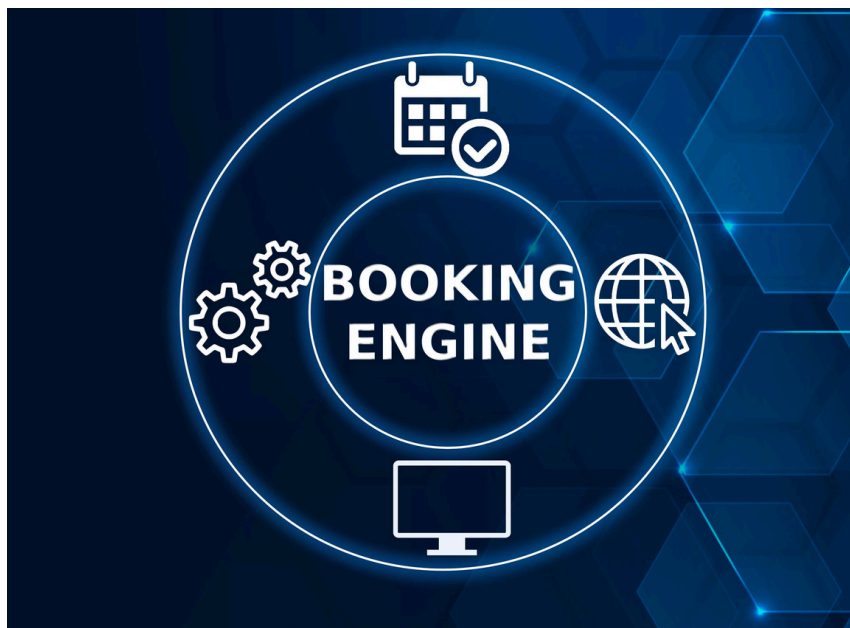
È molto di più: è il vero e proprio e-commerce dell'hotel, lo strumento che può fare la differenza tra una strategia di disintermediazione efficace e una dipendenza totale dalle OTA.

Cos'è un Booking Engine?

Ma partiamo dall'inizio: che cos'è esattamente un booking engine? È un software che permette ai visitatori del tuo sito web di verificare la disponibilità delle camere, visualizzare i prezzi e prenotare direttamente un soggiorno. Sembra semplice, vero? In realtà dietro a questa apparente semplicità si nasconde uno strumento molto sofisticato.

6 cose che un Booking Engine dovrebbe saper fare

La prima cosa da capire è che il **booking engine deve essere perfettamente integrato con il tuo software gestionale (PMS)**. Non è accettabile avere un booking engine che funziona come un sistema a sé stante. Quando un cliente prenota, la prenotazione deve finire automaticamente nel gestionale, le disponibilità devono aggiornarsi in tempo reale, i prezzi devono essere sincronizzati.



Parlando di prezzi: il booking engine moderno **deve permetterti di gestire una strategia tariffaria complessa**. Non basta poter caricare un prezzo base. Devi poter gestire piani tariffari diversi (rimborsabili, non rimborsabili, early booking), promozioni, pacchetti, servizi extra. E tutto questo deve essere facile da configurare e automatico nella sincronizzazione.

Un aspetto cruciale, che spesso viene sottovalutato, è la gestione dei pagamenti.

Con l'entrata in vigore della PSD2 (la direttiva europea sui pagamenti digitali), il booking engine **deve essere in grado di gestire pagamenti sicuri e conformi alla normativa**.

Questo significa integrazione con gateway di pagamento moderni, gestione delle carte a garanzia, possibilità di ottenere carte a garanzia con autenticazione forte (SCA). Mi capita spesso di vedere hotel che hanno un sito web ben fatto ma un booking engine non all'altezza perché non ben configurato e impostato.

È un errore gravissimo. Il booking engine è il punto in cui l'utente decide se prenotare o meno. Se il processo non è fluido, se non ispira fiducia, se è troppo complicato, il cliente andrà a prenotare su Booking.com o Expedia.

E qui arriviamo a un punto fondamentale: **il booking engine deve essere ottimizzato per la conversione**.

Cosa significa? Che deve guidare l'utente verso la prenotazione in modo naturale e intuitivo. Call-to-action chiare, processo di prenotazione semplice, visualizzazione immediata di disponibilità e prezzi. E soprattutto: **deve funzionare perfettamente da mobile**. Oggi più del 50% delle prenotazioni arriva da smartphone e tablet.



Un altro aspetto che mi preme sottolineare è l'importanza dell'analisi dei dati. Il tuo booking engine **deve fornirti metriche chiare sulle performance**: tasso di conversione, valore medio delle prenotazioni, provenienza degli utenti. Solo così puoi capire se le tue strategie di marketing funzionano, se i prezzi sono competitivi, se ci sono problemi nel processo di prenotazione.

Booking Engine: un investimento per l'indipendenza distributiva

La verità è che un booking engine professionale costa. Ma è un investimento che si ripaga velocemente se pensi che **ogni prenotazione diretta ti fa risparmiare le commissioni OTA**. Non solo: **avere il controllo diretto della vendita ti permette di costruire un rapporto diretto con il cliente**, di raccogliere dati preziosi, di fare marketing diretto.

Ho visto diversi hotel rinunciare alle vendite dirette perché **"tanto ci pensano le OTA"**. È un approccio miope. Le OTA sono importanti, certo, ma devono essere uno dei canali di vendita, non l'unico. Un booking engine professionale, integrato con il tuo PMS e ottimizzato per la conversione, è lo strumento fondamentale per riequilibrare la tua distribuzione e massimizzare la profittabilità del tuo hotel.

La tecnologia da sola non basta, serve una strategia. Ma senza gli strumenti giusti, anche la migliore strategia è destinata a fallire. Investire in un booking engine professionale, ben integrato con il software gestionale: è un importante passo verso una vera indipendenza distributiva.



Fonti:

Ridolfi E., Matarazzi M., Podcast Ospitalità 4.0

Matarazzi M., Ospitalità 4.0. Guida pratica per l'albergatore moderno, Collina Editore, 2021.

Fonti per le immagini:

Pixel-Shot, Dave Hoeek, Antonio Guillem da shutterstock.com

SCOPRI DI PIÙ



Questo articolo fa riferimento alla Bussola [L'Albergo](#), scritta da Confcommercio in collaborazione con Federalberghi, Ottobre 2017.

Collana Le Bussole

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, in formato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Per avere maggiore supporto per la Tua attività
[contatta l'Associazione Territoriale](#) del Sistema Confcommercio