
ARTICOLI - Aggiornamenti

Le opportunità del dynamic packaging

Pubblicato il: 06/12/2007



Il sistema dell'ospitalità italiana sta cominciando ad adottare sistemi di dynamic packaging. Quali sono le reali opportunità per il comparto? In Europa vi sono alcuni grandi operatori turistici che operano esclusivamente on line (Opodo, Lastminute, Expedia, Octopus, tra i maggiori) e che si rivolgono ai diversi mercati nazionali europei con la stessa interfaccia e con lo stesso database di offerta. I risparmi in commissioni e le forti campagne pubblicitarie permettono a tali operatori di prosperare e di aver raggiunto in breve tempo il break even point.

Dall'altro lato vi sono i Tour operator tradizionali che, in larga parte, hanno iniziato la vendita on line proprio attraverso l'utilizzo dei sistemi di dynamic packaging. Il rischio per gli operatori turistici nazionali è, ancora una volta, di essere colonizzati perdendo capacità competitiva nello scenario internazionale delle destinazioni. Dai problemi dei tour operator si può passare a valutare quali opportunità il modello del dynamic packaging offre al mondo degli hotel.

Certo non si tratta di far offrire pacchetti turistici agli albergatori (negato peraltro anche dalla normativa vigente) ma si apre la possibilità di poter far accedere il cliente ai servizi che la struttura o il territorio offrono. Un sistema di dynamic packaging per un hotel o per un consorzio di hotel in una destinazione può offrire delle utili alternative al cliente con ad esempio il link al sistema di mappe interattive ovvero ai motori di ricerca dei voli low cost e tradizionali. O ancora con la proposta degli eventi culturali e di vario genere in programma nei prossimi dodici mesi.

La proposta di maggiore flessibilità ed informazione, rapida e sintetica, ad uso del cliente è il vero drive del nuovo modello relazionale e di marketing imposto dal web e dalla globalizzazione: chi non si adegua o non ci crede dovrà cambiare business (come sta ad esempio succedendo alle agenzie di viaggio). Si può quindi facilmente prevedere che a breve il sistema dell'ospitalità faccia proprio il modello del dynamic packaging per interagire meglio con il "re cliente".

Piergiorgio Mangialardi