

Checklist per rafforzare la Distribuzione Diretta Settembre 2015

1.	Costruire conoscenze e know-how	Sì	In programma per il futuro	No
1.1	Sapete quante prenotazioni e che giro d'affari generate attraverso i diversi siti web di prenotazione e in particolare attraverso il vostro sito?			
1.2	Riuscite a individuare da dove è partita la prenotazione / da quale sito web il cliente ha avviato la prenotazione?			
1.3	Sapete che cos'è l'affiliate marketing, come è usato dai siti di prenotazione e in che modo potrebbe aiutare la vostra strategia di distribuzione?			
1.4	Avete una panoramica dei portali (agenzie di viaggi online, siti di recensioni...) che hanno pubblicato annunci relativi al vostro hotel su Google, Yahoo, Bing o altri motori di ricerca?			
1.5	Sapete quali portali usano il nome del vostro hotel o del vostro marchio nei propri annunci?			
1.6	Intendete fare qualcosa per impedirglielo?			
1.7	Conoscete il costo medio per prenotazione che risulta da ogni portale di prenotazione e dal vostro sito web (costi mensili, costi di prenotazione, commissioni)?			
1.8	Sapete quale percentuale del vostro budget complessivo per il marketing è riservata al marketing online?			

Checklist per rafforzare la Distribuzione Diretta Settembre 2015

1.9	La vostra struttura ha un dipendente full-time con esperienza nel marketing online, nella distribuzione online e nell'uso dei social media?			
1.10	I vostri dipendenti hanno mai partecipato a corsi o seminari relativi al marketing online, alla gestione della reputazione aziendale, al SEM (search engine marketing), all'uso dei social media ecc.?			
2.	Stabilire il proprio profilo	Sì	In programma per il futuro	No
2.1	Sapete perché gli ospiti effettuano prenotazioni presso il vostro hotel?			
2.2	Avete identificato chiaramente i vostri concorrenti (a livello locale e regionale)?			
2.3	Avete <i>unique selling proposition</i> (USP, proposte di vendita uniche) che vi contraddistinguono dai concorrenti della vostra regione?			
2.4	Comunicate attivamente queste proposte sul vostro sito?			
3.	Ottimizzare il sito web del vostro hotel	Sì	In programma per il futuro	No
3.1	Il vostro hotel ha un sito web aggiornato regolarmente?			
3.2	I visitatori del sito possono trovare tutte le informazioni di cui hanno bisogno in pochi clic e possono contattarvi, controllare la disponibilità delle offerte ed effettuare acquisti in modo semplice, in tempo reale e dovunque?			

Checklist per rafforzare la Distribuzione Diretta Settembre 2015

3.3	Rendete l'acquisto il più facile possibile. Garantite la possibilità di prenotare in modo semplice presentando le disponibilità, le date alternative, un'opzione per la prenotazione immediata e i vostri recapiti per ogni offerta e ogni prodotto (tariffe per convegni, offerte speciali per il weekend ecc.).			
3.4	Chiedete agli ospiti di fornirvi solo i dati assolutamente necessari per concludere la prenotazione?			
3.5	Accettate i metodi di pagamento che gli ospiti preferiscono?			
3.6	Conoscete il link profondo (il deeplink, non l'URL generico della pagina!) del vostro canale di prenotazione online preferito, in modo da fornirlo, ad esempio, alla vostra società o agenzia di classificazione?			
3.7	Il vostro sito web ha contenuti unici e aggiornati, che non si possono trovare altrove?			
3.8	Sul vostro sito web presentate contenuti utili e unici relativi alla vostra attività, che aiutano gli ospiti a scegliere e che non si possono trovare altrove?			
3.9	Sul vostro sito web ci sono fotografie professionali recenti dell'hotel e siete titolari dei diritti d'autore di tutte le immagini pubblicate?			
3.10	Avete un video del vostro hotel, visualizzabile sul vostro sito web e, ad esempio, su YouTube (www.youtube.com) o Google oppure usufruite dei servizi di Google Business Photos?			
3.11	Il vostro sito è collegato ad altre pagine web (ad es. siti dedicati agli eventi regionali, organizzazioni turistiche, musei, ecc.) e queste pagine contengono back link che indirizzano al vostro sito?			

Checklist per rafforzare la Distribuzione Diretta Settembre 2015

3.12	Pubblicizzate intensamente il vostro sito (ad esempio inserendo link nelle e-mail, nelle lettere e nelle fatture o impostandolo come home page dei browser dei computer dell'hotel)?			
3.13	Usate software per misurare il successo del vostro sito e sapete quali sono le parole chiave che vengono utilizzate per trovare il vostro sito?			
3.14	Avete impostato degli obiettivi nello strumento di analisi del traffico web (es. Google Analytics)?			
3.15	Monitorate separatamente il traffico web del sistema di prenotazione del vostro sito?			
3.16	Monitorate i vostri risultati in questo ambito (per scoprire in quale momento "perdete" il cliente)?			
3.17	Il vostro sito è disponibile in lingue diverse per i diversi mercati a cui vi rivolgete.			
3.18	Proponete una versione mobile o responsive del vostro sito web?			
3.19	Il vostro sito è supportato dai dispositivi mobili (smartphone/tablet)?			
3.20	Le prenotazioni si possono effettuare con facilità dal sito mobile del vostro hotel?			
3.21	Il sistema di prenotazione del vostro sito ha una sezione riservata agli iscritti o a cui è possibile accedere solo inserendo un codice?			
3.22	Se sì, la usate per i clienti corporate, per le tariffe promozionali o per i programmi fedeltà?			

Checklist per rafforzare la Distribuzione Diretta Settembre 2015

3.23	Il vostro sito è collegato ad applicazioni social (pulsante G+, pulsante Facebook ecc.), nel rispetto delle normative sulla privacy vigenti?			
3.24	Avete verificato che l'impressum, i termini e le condizioni di utilizzo e l'informativa sulla privacy del vostro sito siano giuridicamente validi?			
3.25	Avete verificato la correttezza giuridica del vostro sito negli ultimi 12 mesi?			
4.	Controllo dei prezzi e delle disponibilità	Sì	In programma per il futuro	No
4.1	Sapete attraverso quali siti di prenotazione, siti di viaggi e siti dedicati a sconti e offerte è possibile prenotare un soggiorno nel vostro hotel?			
4.2	Avete una panoramica delle tariffe, delle disponibilità, delle condizioni e delle informazioni relative al vostro hotel reperibili su Internet?			
4.3	Siete a conoscenza del fatto che alcune agenzie di viaggi online (OTA) prevedono per regolamento che possiate offrire offline ai vostri clienti prezzi e condizioni più vantaggiosi di quelli disponibili prenotando online tramite loro?			
4.4	Proponete ai clienti che visitano il vostro sito di contattarvi telefonicamente per avere offerte speciali o tariffe più convenienti?			
4.5	Nessuno, nemmeno il miglior partner, è in grado di vendere qualcosa meglio di quanto non facciate voi tramite il vostro sito?			
4.6	Tutti i vostri prodotti, le stanze di tutte le categorie e i servizi aggiuntivi possono essere acquistati online attraverso il vostro sito? Questo vale anche per le tariffe per i weekend e i servizi aggiuntivi come il check-in anticipato, il check-out			

Checklist per rafforzare la Distribuzione Diretta Settembre 2015

	posticipato, il parcheggio o la navetta per l'aeroporto.			
4.7	Il vostro sito ha una garanzia miglior prezzo con regole chiare e comprensibili destinata agli ospiti che prenotano direttamente (online o offline)?			
4.8	Offrite benefit o servizi ai clienti che prenotano direttamente (parcheggio gratuito, giornali gratuiti, upgrade...)?			
4.9	Offrite condizioni esclusive o pacchetti prenotabili unicamente dal vostro sito?			
4.10	Vi siete accertati (mediante contratto) che le tariffe dei tour-operator, che devono essere vendute agli ospiti esclusivamente all'interno di pacchetti di viaggio, non possano essere prenotate liberamente al di fuori di tali pacchetti attraverso siti di prenotazione?			
4.11	Vi servite di un channel manager?			
4.12	Gestite i diversi canali attivamente e con regolarità?			
5.	Assicurare attenzione e rintracciabilità	Sì	In programma per il futuro	No
5.1	Il vostro hotel può essere trovato facilmente tramite i motori di ricerca (Google, Bing, Yahoo)?			
5.2	Il vostro hotel si trova su Google Maps/Google Places/Google+? Avete già rivendicato la proprietà della scheda?			

Checklist per rafforzare la Distribuzione Diretta Settembre 2015

5.3	Il vostro hotel può essere trovato sulle pagine gialle online ed è possibile prenotare da lì usando il vostro canale di prenotazione?			
5.4	Sapete chi ha inserito link al vostro sito (siti consigliati) e sapete come far sì che privati o aziende inseriscano un link al vostro sito?			
5.5	Vi occupate attivamente e con regolarità dei contenuti relativi al vostro hotel che compaiono su trivago, holidaycheck, Tripadvisor e altri importanti siti di viaggio?			
5.6	Conoscete il vostro posizionamento su questi siti?			
5.7	Vi assicurate che i link ai siti di prenotazione come Tripadvisor indirizzino a siti con cui la vostra struttura ha un accordo?			
5.8	Siete a conoscenza degli accordi specifici per la pubblicità delle strutture ricettive adottata da alcuni siti?			
5.9	Vi occupate di attività di search engine marketing (Google AdWords / SEM)?			
5.10	Voi o il vostro agente utilizzate software di monitoraggio per questo tipo di annunci?			
5.11	Usate un Content Management System moderno che aiuti i motori di ricerca a indirizzare sul vostro sito i visitatori giusti (es. descrizioni degli eventi in corso nella regione per offrire una stanza d'albergo ai turisti) e lo aggiornate regolarmente (idealmente ogni giorno, ma almeno con cadenza settimanale).			
5.12	Voi (o la vostra agenzia) aggiornate ogni pagina e ogni campo con contenuti unici, che contengono parole chiave significative.			
5.13	Avete però anche una descrizione "standard" dei vostri prodotti, utilizzata in tutti i canali?			
5.14	Conoscete e utilizzate attivamente i meta-descrittori, i titoli HTML e i cosiddetti "friendly URL", ovvero indirizzi indicizzati dai browser, il più rispondenti possibile alle ricerche dei vostri ospiti.			

Checklist per rafforzare la Distribuzione Diretta Settembre 2015

6.	Migliorare la customer retention (Customer Relationship Management):	Sì	In programma per il futuro	No
6.1	Avete un database degli ospiti abituali e lo tenete aggiornato?			
6.2	Contattate i vostri ospiti tramite strumenti di marketing diretto (offerte speciali, newsletter...)?			
6.3	Usate software professionali per organizzare l'invio di newsletter commerciali?			
6.4	Sapete quali canali utilizzano i vostri clienti abituali per effettuare prenotazioni presso il vostro hotel?			
6.5	Avete un programma fedeltà o un sistema di bonus per i clienti abituali ed è integrato al vostro sito?			
6.6	Sviluppate modi creativi per ringraziare i clienti abituali che prenotano dal vostro sito attraverso il sistema di prenotazione automatizzato integrato? Ad esempio, offrite un drink di benvenuto (sottolineando bene che è un modo per ringraziarli di avere prenotato direttamente) o un altro piccolo extra per ricompensare gli ospiti?			
6.7	Gli ospiti abituali hanno delle credenziali personali per accedere al sistema di prenotazione?			
6.8	Gli ospiti abituali hanno un rapido accesso ai propri dati?			

Checklist per rafforzare la Distribuzione Diretta Settembre 2015

6.9	Avete una politica relativa all'utilizzo del profilo dei clienti nel sistema di prenotazione o nel Property Management System? Potrebbe aiutarvi a focalizzarvi sulle prenotazioni individuali attraverso i vostri canali.			
6.10	Archivate tutti i prezzi contrattuali concordati e invitate personalmente le aziende, gli ospiti che partecipano a convegni e altri gruppi mirati a scoprire le condizioni che applicate alle prenotazioni online.			
7.	Consolidare il recommendation marketing:	Sì	In programma per il futuro	No
7.1	Raccogliete le recensioni degli ospiti sul vostro sito, in modo da non dipendere unicamente dai siti di prenotazione e di recensioni (ad es. www.customer-alliance.com ecc.)?			
7.2	Comunicate attivamente la possibilità di darvi una valutazione sulla vostra homepage?			
7.3	Rispondete alle recensioni, tanto positive quanto negative?			
7.4	Incoraggiate i vostri ospiti a lasciare una recensione (ad es. con una e-mail dopo il soggiorno, volantini, stand, richieste dirette ecc.) sul vostro sito o su siti esterni (ad es. Google Places, holidaycheck, Tripadvisor)?			
8.	Usare i social media:	Sì	In programma per il futuro	No
8.1	Usate social media come Facebook, Google+, Twitter o Instagram per attirare l'attenzione sul vostro hotel?			
8.2	Il vostro hotel ha un blog?			

Checklist per rafforzare la Distribuzione Diretta Settembre 2015

8.3	Lo aggiornate regolarmente?			
8.4	Se no, avete un blog dedicato al settore alberghiero integrato nella vostra homepage?			
8.5	Monitorate quello che viene detto del vostro hotel sui social media?			
8.6	Avete una strategia social?			