

MalpensaNews

Perché ogni struttura ricettiva dovrebbe avere un sito web

divisionebusiness · Tuesday, November 26th, 2024

Che il **mondo online** sia diventato del tutto comune è una realtà ormai consolidata e innegabile: non solo ogni persona va su internet ogni giorno e utilizza il web praticamente per fare tutto, ma anche aziende e professionisti sfruttano attivamente il digitale per il proprio business.

Ci sono però attività che, più di altre, possono **incrementare clienti, vendite e fatturato** proprio grazie al web. Stiamo parlando, ad esempio, delle **strutture ricettive**: i **siti web per hotel** sono infatti uno strumento molto potente, se utilizzato nel modo giusto. In questo articolo vogliamo spiegare quando un sito diventa davvero efficace per un hotel e quali sono i benefici concreti che garantisce.

Sito web per hotel: caratteristiche chiave

Per un hotel, così come per ogni altra attività, il sito web è la prima porta d'ingresso, nonché la prima impressione che si dà ai clienti: per questo è fondamentale che sia attraente, chiaro e facile da usare. Deve cioè avere **testi coinvolgenti**, capaci non solo di attirare e incuriosire le persone, ma anche di rispondere prontamente alle loro domande e sciogliere tutti i loro dubbi, oltre a raccontare l'hotel e mettere in risalto i suoi punti di forza.

Deve anche avere un **design professionale** in grado di rispecchiare l'immagine aziendale e trasmettere sensazioni positive. Fondamentale è poi la **UX – Esperienza utente**, che deve garantire che il sito sia utilizzabile da chiunque e fruibile da ogni dispositivo, smartphone compresi. Questo è un fattore cruciale se si pensa che, secondo i dati della Total Digital Audience del mese di aprile 2024, la **fruizione dell'online da Mobile** ha coinvolto il 94,5% della popolazione tra i 18 e i 74 anni, pari a 40,3 milioni di individui.

Il sito di un hotel deve essere, inoltre, **multilingua**, così da poter “accogliere” persone provenienti da ogni parte del mondo, senza il rischio di clienti che si rivolgono altrove per possibili incomprensioni e deve avere la possibilità di **prenotazione diretta** e rapida e la **richiesta di preventivo** sempre a vista.

Infine, per assicurarsi la visibilità giusta sui motori di ricerca e aumentare le probabilità di uscire tra i primi risultati, è importante che il sito abbia una buona **ottimizzazione SEO** (Search Engine Optimization). Per avere tutte queste caratteristiche, è consigliabile rivolgersi ad **agenzie specializzate** nel mondo alberghiero, come ad esempio **Fuoristagione**, così da ottenere un approccio professionale unico e dedicato a seconda delle particolarità dell'hotel.

Benefici concreti

C'è un dato che dovrebbe fare molto riflettere: secondo i dati comunicati da Ansa, in Italia, 8 persone su 10 usano regolarmente Internet. Questo significa che essere presenti online con la propria struttura ricettiva garantisce una **visibilità e riconoscibilità** difficilmente raggiungibili tramite altri strumenti.

Si tratta inoltre di una strategia che permette di **valorizzare la propria struttura** anche agli occhi dei clienti che ancora non la conoscono, creando una comunicazione diretta con loro e convincendoli a prenotare preferendola a quella di tutti gli altri competitor. In più, avere un sito web per un Hotel significa **aumentare il tasso di conversione**, incrementando il numero di prenotazioni dirette e eliminando la necessità di intermediari e le commissioni delle OTA (Online Travel Agencies).

I siti web per le strutture ricettive, infine, consentono di **raccogliere dati preziosi**, per analizzare e monitorare il comportamento degli utenti e ottimizzare le strategie.

This entry was posted on Tuesday, November 26th, 2024 at 7:22 am and is filed under [Scienza e Tecnologia](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.