



## Trend di viaggio per il 2023

*Come allineare i bisogni dei viaggiatori con l'offerta?*





## **Paola Lazzaretti**

Senior manager, B2B Partner  
success – South of Europe



# **AGENDA**

1. Conosciamo davvero il nostro target?
2. Trend consolidati
3. Trend recenti
4. Trend in calo
5. Consigli per un 2023 di successo

**Conosciamo  
davvero il  
nostro target?**

Non tutte le modifiche dovute alla pandemia sono permanenti; alcune sono un effetto temporaneo di una situazione estrema.





# Trend consolidati

**Vrbo**  
part of **expedia group**

# L'importanza dell'esperienza

# Il 46%

del viaggiatori  
afferma di dare più  
importanza ai viaggi  
ora rispetto a prima  
della pandemia.





# Viaggiare ci permette di investire nel nostro benessere psico-fisico e di vivere nuove avventure.

Dall'inizio della pandemia, quali dei seguenti motivi sono diventati più importanti al momento di pianificare un viaggio?







Nonostante le persone si sentano piú sicure a viaggiare e le **restrizioni** siano scomparse, i viaggiatori continuano a chiedere **flessibilità**



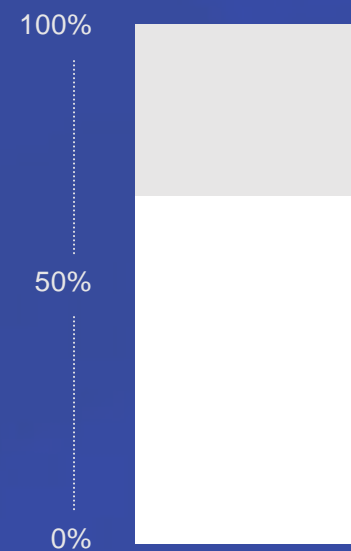
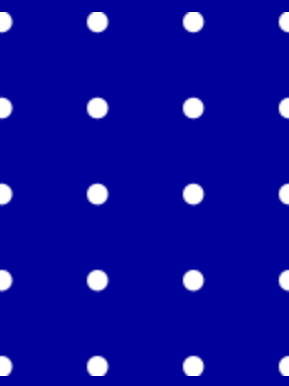
WWW.CITYKAYAKING.COM  
YOUR CITY. OUR VISION

# Riflettori puntati sui trend sociali



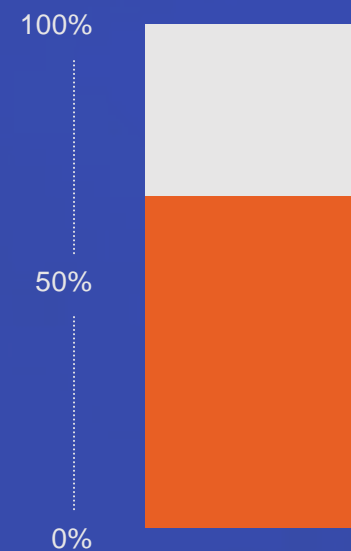
IN MEDIA, I  
VIAGGIATORI SONO  
DISPOSTI A PAGARE  
UN **38% IN PIÙ** PER  
RENDERE IL LORO  
VIAGGIO PIÙ  
SOSTENIBILE

# Cosa intendono i viaggiatori con **Viaggi sostenibili?**



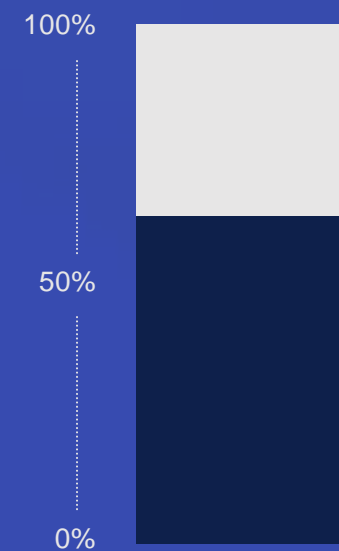
**69%**

Ridurre  
**l'impatto  
ambientale**



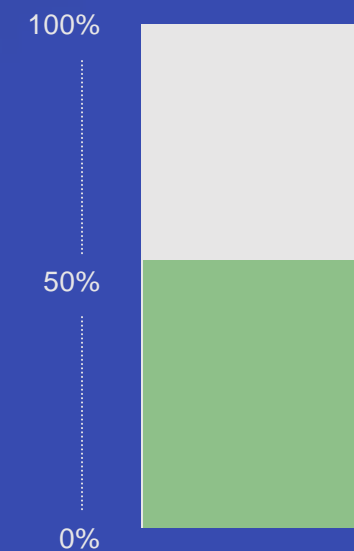
**66%**

Supportare  
**l'economia  
locale**



**65%**

Supportare le  
**culture locali e le  
comunit **



**52%**

Visitare  
**destinazioni  
meno massificate**

Cosa intendiamo  
con **inclusività**?





## Dare forma alle idee

- Informati accuratamente ed sii cosciente delle **varie sfaccettature dell'inclusione**
- La **diversità** include genere, nazionalità, età, famiglie, coppie, abilità e molto altro
- Assicurati di rappresentare nelle tue iniziative di marketing le differenti prospettive e crea un'**immagine di marca inclusiva**
- **Evita gli stereotipi** e usa un linguaggio rispettoso
- Utilizza un **font** leggibile e utilizza **sottotitoli** nei video
- Enfatizza e promuovi i **servizi** legati a inclusione e diversità



# Focus sulla tecnologia



# Trend recenti



# Viaggiatori e professionisti sono **allineati**?

## SECONDO I VIAGGIATORI:

- 1 Inflazione
- 2 Preoccupazioni per la salute e la sicurezza dovute alla pandemia
- 3 Restrizioni ai viaggi
- 4 Instabilità politica

## SECONDO I PROFESSIONISTI:

- 1 Preoccupazioni per la salute e la sicurezza dovute alla pandemia
- 2 Restrizioni ai viaggi
- 3 Inflazione
- 4 Instabilità politica



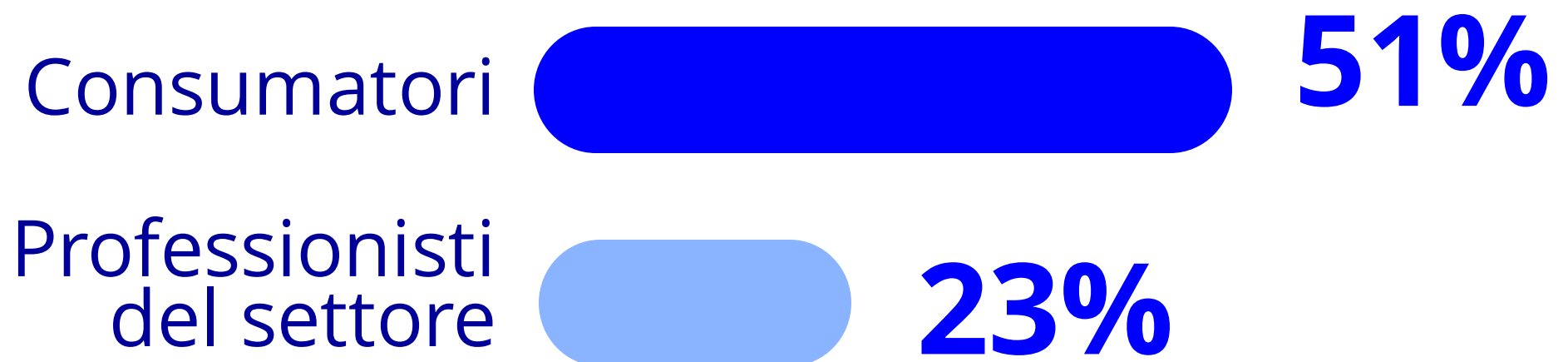


## Priorità attuali dei consumatori quando prenotano un viaggio:

- ① **prezzi competitivi**
- ② possibilità di ottenere un **rimborso** completo
- ③ condizioni di **cancellazione** flessibili



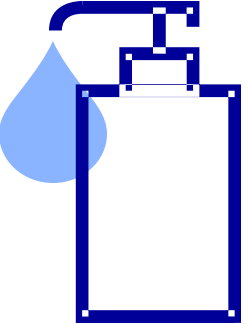
# Quanto influisce il prezzo?



# Trend in calo

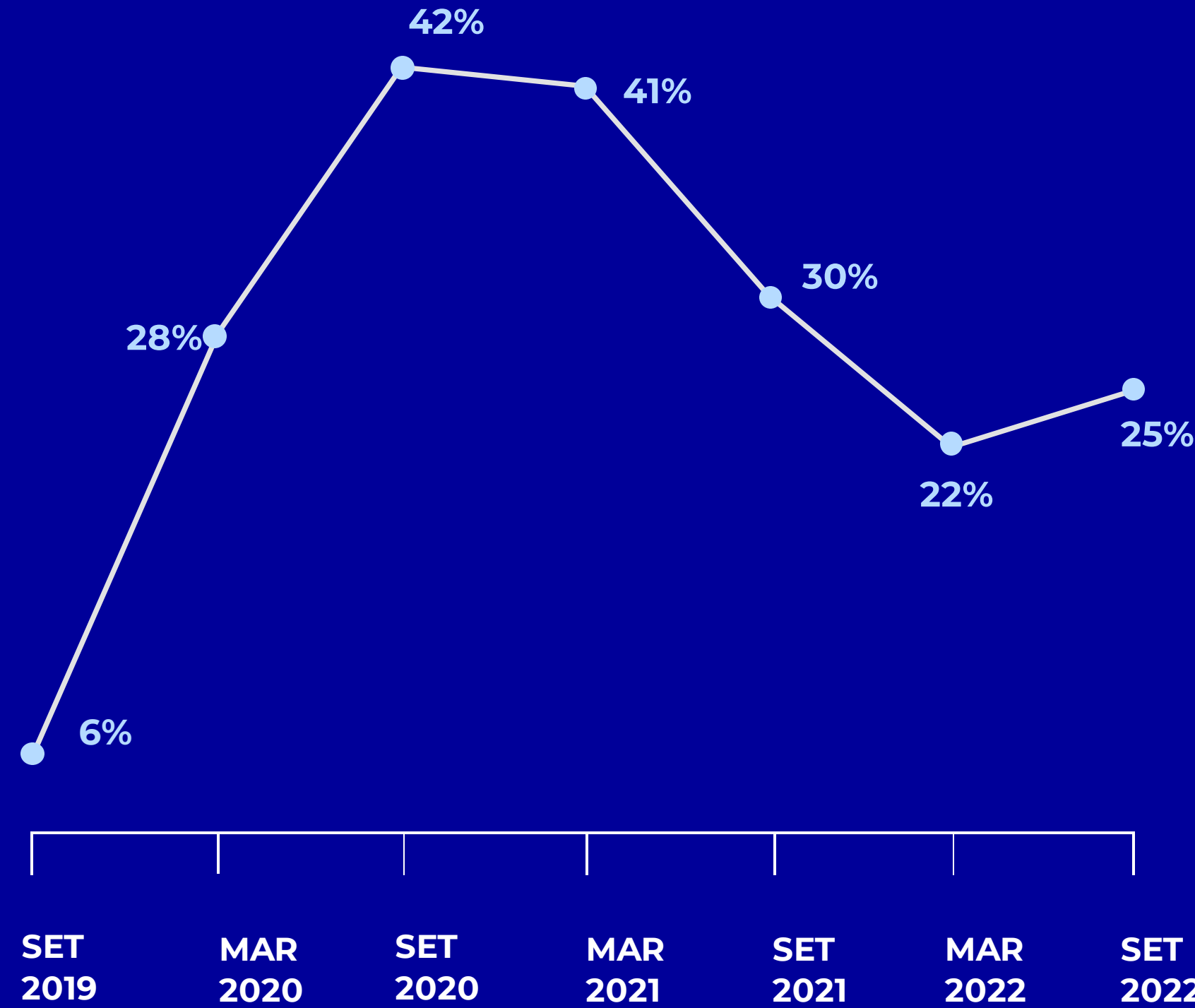


**Vrbo**  
part of **expedia group**



# Le preoccupazioni per la salute e la pulizia stanno diminuendo

### Menzioni della pulizia nelle recensioni dei viaggiatori



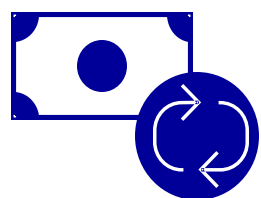
Source: Expedia Group, 2023 Traveler value index  
Source: Expedia Group, recensioni dei viaggiatori, 2019-2022  
© 2023 Expedia, Inc, an Expedia Group Company. All rights reserved. Cont

**Come farsi notare dai viaggiatori e prepararsi per un 2023 di successo**

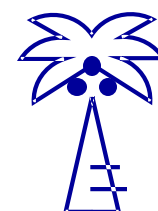


**Vrbo**  
part of **expedia group**

# Come farsi notare dai viaggiatori e prepararsi per un 2023 di successo



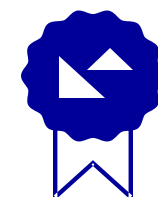
Continua a offrire tariffe rimborsabili e **condizioni flessibili**.



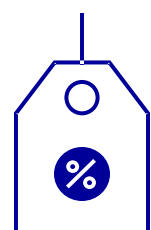
Ascolta le **necessità** dei viaggiatori



Imposta **aspettative realistiche** per i viaggiatori e per il tuo personale.



Rispetta e comunica i **valori del tuo brand**.



Considera **sconti e vantaggi**.



Monitora costantemente i **commenti** dei viaggiatori per sapere come valutano la loro esperienza.

# Thank You