

DOMANDE:

**Giulia**

**il 1 aprile 2020 alle 15:48**

contatti per avere informazioni su come collaborare con voi?

**Sojern:**

Per PMI (Hotel e strutture alberghiere) Michele Franzon [michele.franzon@sojern.com](mailto:michele.franzon@sojern.com)

Per Destinazioni e Grandi Aziende Luca Romozzi [luca.romozzi@Sojern.com](mailto:luca.romozzi@Sojern.com)

**Massimiliano**

**il 1 aprile 2020 alle 15:47**

Partendo da una supposizione che per Agosto dall'Italia i passeggeri possano ricominciare a viaggiare, e lavorando per esempio con il Sudamerica, dove il fenomeno del virus è in ritardo rispetto a noi come si potrebbe prevedere approssimativamente un mese che possa far coincidere la possibilità di partire dall'Italia con quella di visitare tali paesi? E in questo periodo di tempo come comportarsi?

**Sojern:**

L'impatto è stato graduale ma continuo dalla Cina fino in Europa, molto probabilmente si verificherà lo stesso effetto nel continente americano ( Dal Nord al Sud). Anche in questo caso il Last Minute avrà un gran peso sui viaggi, ma anche le restrizioni post virus su cosa e cosa non fare una volta ripresi i voli. Nei nostri dati non vediamo al momento segni di un trend positivo per una grande ripresa di voli internazionali da e verso l'America (Nord, centro e sud), al contrario vediamo un interesse iniziale per date future

Durante questo periodo è importante contenere i costi e optare quanto possibile a soluzioni di pagamento a performance, soprattutto per spese di marketing mirate alle prenotazioni. Paesi confinanti con l'Italia e il domestico potrebbero avere un peso maggiore per quest'estate, per il lungo raggio è un po' più rischioso e probabilmente i primi potrebbero essere qualche paese asiatico che riesca ad uscire dalla crisi epidemica prima degli altri.

**Andrea**

**il 1 aprile 2020 alle 15:41**

Un'azione su Sojern conviene di più ad una struttura medio-piccola o ad un brand di destinazione ovvero ad un intero territorio rappresentato da una rete che raccoglie al suo interno vari operatori (strutture turistiche, ristoranti, guide, produttori)?

**Sojern:**

Abbiamo prodotti adatti a strutture medio-piccole sia con pagamento a fee mensili (pick-your-plan <https://www.sojern.com/subscription-based-pricing/> ) oppure al check-in dell'utente (Pay-on-stay <https://www.sojern.com/commission-based-pricing/>). Abbiamo prodotti per brand di destinazione ma purtroppo supportiamo reti di operatori limitato a strutture turistiche (Hotels, Attrazioni).

**Leonardo**

**il 1 aprile 2020 alle 15:40**

avete fatto una differenza nel domestico fra Business e Leisure e con quali caratteristiche????

**Sojern:**

Nelle analisi usate durante la presentazione non abbiamo fatto distinzione. Dai nostri dati purtroppo non riceviamo la "motivazione" del viaggio ma in future analisi potremmo differenziare business vs leisure grazie alla permanenza nel weekend e classi di volo.

**Gianluca**

**il 1 aprile 2020 alle 15:37**

Ciao, visti i dati che indicano un certo interesse verso la fine del 2020 ed il 2021, essendo io in una zona stagionale estiva, questa estate sarà prevista solo su una clientela last minute?

Se sì, quale sarebbe la migliore strategia per cercare di salvare il salvabile ?

Hai indicato che è necessario già adesso di aprire per prenotazioni per il 2021 ma con policy di cancellazione libere; non è un pericolo lasciare così tanto venduto così incerto?

Grazie Gianluca

**Sojern:**

Difficile prevederlo, ma molto probabilmente la maggior parte delle prenotazioni estive avverranno last-minute / last-second.

La migliore strategia sarebbe quella di avere un sito web facile da usare, ottimizzato per l'utilizzo su tablet e smartphones e con contenuto personalizzato (piuttosto che generico).

Rendete facile la prenotazione e non complicare il "processo d'acquisto". 2-3 click al massimo per finire la prenotazione. Leggete anche questo articolo:

<https://www.themarketingblog.co.uk/2018/01/60-of-all-bookings-and-89-of-last-minute-booking-traffic-is-now-on-mobile-devices/>

Notiamo una crescita forte anno su anno delle ricerche per 2021, ma i volumi sono ancora bassi. Secondo noi in questo momento ogni prenotazione - possibilmente diretta e con un prezzo adeguato e non super scontato - ha un valore molto più alto rispetto ad una normale condizione. Anche se completamente "Refundable" grazie ad azioni up-selling e il cross-selling potreste recuperare costi. Consiglio attivare una strategia di email marketing per continuare a "coccolare" il cliente prima dell'arrivo.

**alberto**

**il 1 aprile 2020 alle 15:36**

Sojern è quindi una piattaforma tipo Viator? oppure una società di consulenza digital marketing?

**Sojern:**

No siamo piattaforme differenti, ma complementari. Sojern è un'azienda che opera nel Marketing Digitale, la nostra piattaforma ci permette di acquistare pubblicità online basata sulle intenzioni dei viaggiatori ed offriamo ai nostri clienti varie soluzioni per aumentare la vendita diretta, conversioni e Brand-Awareness. Le nostre soluzioni aiutano i nostri clienti a vendere dal proprio sito web senza intermediari e sono adatte per ogni tipo di impresa che opera nei viaggi con 2 modelli commerciali: Fee mensili (Pick-your-plan <https://www.sojern.com/subscription-based-pricing/>) oppure al check-in dell'utente (Pay-on-stay <https://www.sojern.com/commission-based-pricing/>).

**martina**

**il 1 aprile 2020 alle 15:35**

Parlando di potere di spesa come cambierà secondo voi dopo il Corona Virus?

**Sojern:**

Molto difficile dirlo. Purtroppo senza una data del vaccino possiamo fare solo presupposizioni e dipenderà da molti fattori: Quanto durerà? Cosa potremo fare dopo? Cosa NON potremo fare dopo? Come sarà l'esperienza di viaggio post-covid?