

LegnanoNews

Le news di Legnano e dell'Alto Milanese

Hotel: l'importanza di avere un sito web

divisionebusiness · Monday, October 28th, 2024

Essere **presenti in rete** è oggi elemento imprescindibile per tutti gli **hotel** che desiderano raggiungere nuovi clienti e fidelizzare quelli già acquisiti. Oltre ad aprire delle pagine social e a effettuare la registrazione sui principali OTA (Online Travel Agency), è molto utile mettere in rete un **sito web** interamente dedicato alla struttura ricettiva.

Questo passaggio rientra a pieno titolo tra le principali **strategie di digital marketing turistico** e, proprio per questo, dovrebbe essere curato da professionisti del settore. Infatti, nonostante oggi sia tanto facile quanto veloce, grazie ad alcuni noti CMS e ad altrettanto noti website builder, creare e lanciare un sito web in totale autonomia, nulla garantisce che lo spazio virtuale creato sia in grado di **posizionarsi bene nei motori di ricerca** e di convertire visite in prenotazioni.

Facendo affidamento su **realità specializzate**, come la **web agency per hotel Fuoristagione**, si avrà la certezza di mettere online un sito davvero in grado di rappresentare le **peculiarità dell'hotel** e di offrire agli utenti uno **spazio sicuro e accessibile** sul quale trovare le informazioni di cui hanno bisogno ed effettuare prenotazioni in tempo reale. Oltre a questo, le web agency possono proseguire il loro lavoro affiancando alla realizzazione del sito altre strategie di **digital marketing turistico**.

Perché gli hotel hanno bisogno di un sito web

Alcuni gestori di hotel potrebbero domandarsi a cosa serve avere un sito web se le loro strutture ricettive sono già ben visibili su pagine social e sui portali OTA. Per rispondere a questa domanda, è necessario fare una breve premessa.

La **visibilità online** di qualsiasi attività – turistica e non solo – si basa su numerose piattaforme, alcune proprietarie altre appartenenti a terzi. Social e OTA rientra appunto tra le piattaforme di terze parti e, oltre a porre alcuni limiti, richiedono anche di rispettare alcune regole. Gli **OTA**, in particolare, a fronte della **notevole visibilità** che sono in grado di offrire, trattengono su ogni prenotazione ricevuta una percentuale che può andare dal 15 al 20% e che corrisponde ai **costi di commissione**. Per quanto riguarda i **Social**, i costi riguardano essenzialmente le **ADV**, fondamentali per aumentare la visibilità e ampliare il proprio target, raggiungendo le persone giuste.

Il **sito web**, invece, è uno **spazio personale** che può essere **gestito liberamente**, personalizzato a livello grafico, arricchito con testi, immagini, persino video. Può essere affiancato a un blog, così da offrire agli utenti spunti, informazioni e consigli a tema; può ospitare un **sistema di booking**

engine, così da permettere agli utenti di prenotare in modo diretto, senza passare da piattaforme esterne; può persino **includere una chatbot**, utile per fornire informazioni immediate ai clienti o potenziali tali. Tutto questo contribuisce, se gestito nel modo corretto, ad **aumentare l'autorevolezza dell'hotel** e favorire la **fidelizzazione** dei clienti.

Naturalmente, il sito **non va a sostituire le pagine social o le registrazioni alle piattaforme OTA**, bensì, inserendosi all'interno di una strategia di digital marketing completa, può affiancarvisi.

Mettere online il sito web non è sufficiente

Assegnare la realizzazione del sito dell'hotel a dei **professionisti** offre la garanzia di mettere a disposizione dei propri clienti uno spazio ben strutturato, performante, sicuro, fruibile anche da dispositivi mobili e user friendly, ma non quella di **posizionarlo immediatamente ai primi posti delle SERP dei motori di ricerca**.

Anche il miglior sito web per hotel, se messo online e poi dimenticato, non serve a nulla. Affinché aiuti davvero la struttura a raggiungere nuovi clienti, ottenerne prenotazioni e fidelizzarli, deve essere affiancato da una buona **strategia SEO**, fondamentale per migliorarne il posizionamento organico, ed eventualmente una **strategia SEA**, utile per far comparire lo spazio virtuale anche negli annunci a pagamento.

This entry was posted on Monday, October 28th, 2024 at 6:16 am and is filed under [Lombardia](#). 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.