

E se potessimo reinventare i viaggi?

Guida al Customer Journey



Contenuti

- 4** **E se potessimo reinventare i viaggi?** Guida al Customer Journey.
- 5** **Trasparenza:** presenta le opzioni di pagamento fin dall'inizio.
- 6** **Chiarezza:** specifica ciò che offri.
- 7** **Incrementa le vendite:** offri opzioni di pagamento a rate.
- 8** **Travel fusion:** attira il viaggiatore "bleisure".
- 9** **Rendila speciale:** un'offerta personalizzata e connessa.
- 11** **Addio ai contanti:** sfrutta le opzioni di pagamento contactless da mobile.
- 12** **Flessibilità:** una nuova necessità.
- 13** **(S)cambi facili:** convertitori di valuta integrati.
- 14** **Sicurezza:** offri opzioni di pagamento efficaci contro le frodi.
- 15** **Crea una visione:** usa immagini di lifestyle comuni.
- 17** **Conclusione:** I viaggi reinventati.



Entro il 2026, il **74%**
del fatturato totale
di viaggi e turismo
sarà generato dalle
vendite online.¹



E se potessimo reinventare i viaggi?

Guida al Customer Journey

I viaggi e il turismo si sono rimessi in moto. La domanda è in netto aumento sia per i viaggi nazionali che per quelli di piacere, mentre si registra una forte ripresa dei viaggi internazionali e d'affari. Siamo entusiasti dei continui cambiamenti dell'approccio ai viaggi e a PayPal ci impegnamo ad aiutare i nostri partner del settore turistico e dei viaggi a soddisfare la crescente domanda.

"Il settore dei viaggi è stato molto instabile negli ultimi anni. C'è una domanda repressa da parte dei consumatori per tutti i tipi di viaggio e le aziende appaiono pronte e disposte ad adottare interazioni contactless e a dare ai consumatori la possibilità di fare scelte che si adattino al loro stile di vita".

Dr. Tiffany Raymond, Responsabile globale della tutela dei clienti, PayPal

Con 429 milioni di conti attivi a livello globale, PayPal è leader nel commercio digitale in tutto il mondo. Conosciamo le transazioni e i comportamenti di acquisto dei clienti, dai soggiorni in hotel ai voli, alle esperienze di paracadutismo. Con una base clienti sempre più connessa e in movimento, l'ottimizzazione dell'esperienza online svolge un ruolo cruciale ai fini di:

- Creare un'esperienza d'acquisto positiva.
- Alimentare le conversioni.
- Aumentare la spesa dei clienti e il valore medio degli ordini.
- Aumentare la fedeltà e promuovere un'immagine positiva del marchio.
- Invogliare agli acquisti ripetuti.
- Massimizzare la performance globale.



Abbiamo raccolto i nostri **10 migliori consigli pratici** per le operazioni di cassa e per quelle di carattere generale. Ogni consiglio è pensato per aiutarti a offrire un'esperienza di **prenotazione online di prima classe**, mentre lavori per tenere il passo con l'evoluzione delle aspettative e arricchire le esperienze di viaggio lungo tutto il percorso del cliente.



1

Trasparenza: presenta le opzioni di pagamento fin dall'inizio.

L'85% delle aziende intervistate che si affidano a PayPal afferma che PayPal è il metodo di pagamento preferito dai propri clienti³, e gli utenti di tutto il mondo acquistano l'11% in più quando PayPal è tra i metodi accettati.⁴

I consumatori apprezzano la trasparenza durante il processo di acquisto, comprese le opzioni di pagamento disponibili. A nessuno piacerebbe affrontare il processo di prenotazione per poi scoprire, al momento del pagamento, che non è possibile pagare con il proprio metodo preferito. I clienti, infastiditi, potrebbero abbandonare completamente l'acquisto, rivolgersi altrove ed evitare il tuo sito in futuro. Spesso, infatti, la maggior parte dei clienti ha già in mente un metodo di pagamento prima di arrivare alla cassa.



Un'indagine online di TRC del 2021 condotta nel Regno Unito, Germania, Francia, Australia e Stati Uniti ha rilevato che il 67% dei consumatori decide quale metodo di pagamento utilizzare prima di iniziare il percorso d'acquisto.²

Presenta le opzioni di pagamento disponibili sulla tua homepage o nelle prime fasi del processo d'acquisto, soprattutto se il marchio è fortemente riconosciuto. Evidenziare le opzioni di pagamento dal primo momento in cui i clienti iniziano a pianificare il viaggio, fino alle fasi finali dell'acquisto, contribuisce ad aumentare la conversione e il valore medio dell'ordine.



2

Chiarezza: specifica ciò che offri.

Le persone sanno cosa vogliono e di cosa hanno bisogno quando viaggiano e decidono in base alle informazioni fornite online. Ad esempio i viaggiatori possono richiedere:

- Opzioni di letto adeguate per neonati e bambini.
- Aria condizionata, ventilatori e tende oscuranti.
- Servizi di lavanderia.
- Consigli per ristoranti e attrazioni locali.
- Piscina e palestra e/o corsi di fitness.
- Spazio per più valigie di grandi dimensioni nell'auto a noleggio, oltre che per la famiglia.
- Opzioni di trasporto adeguate da e per l'aeroporto.
- Trasporto di biciclette e altre attrezzature e abbigliamento per l'avventura.
- Ottime proposte di menu vegano/vegetariano.



Assicurati che tutti i comfort, i servizi, i costi e gli annunci siano corretti. Nella descrizione dei servizi offerti, assicurati di considerare il personale, i vincoli di capienza, la disponibilità e gli orari di servizio. Se possibile, mostra immagini o includi video.



3

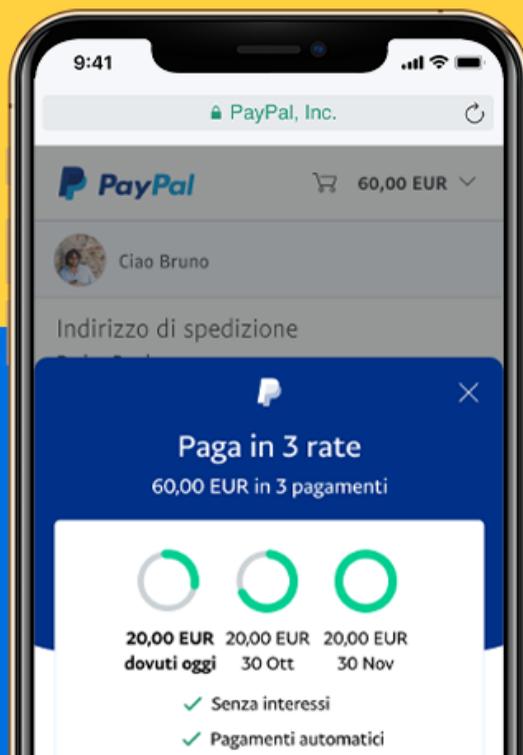
Incrementa le vendite:

offri opzioni di pagamento a rate.

La domanda di esperienze di viaggio, in particolare di viaggi di lusso, è in crescita, poiché le persone stanno recuperando il tempo perduto a causa delle restrizioni globali. Creare ricordi è una grande priorità e i viaggiatori vogliono godersi appieno le loro esperienze con un servizio personalizzato, un trasporto affidabile, e interazioni positive con il personale.⁵ I costi aggiuntivi in cambio di meno pensieri per la logistica ed eventuali scorciatoie sono sempre più considerati investimenti validi.

Molti viaggiatori optano ora per le opzioni di pagamento a rate per gestire i costi dei viaggi più costosi. Infatti, il 74% degli utenti del pagamento a rate di PayPal afferma che la presenza dei banner di Paga in 3 rate durante lo shopping li ha convinti a completare l'acquisto.⁶

I consumatori che pagano a rate hanno fino a tre volte di probabilità in più di completare l'acquisto dopo aver visitato il sito.⁷



Le opzioni di pagamento a rate offrono ai viaggiatori la flessibilità di acquistare subito e pagare nel tempo con rate pianificate, senza alcun costo aggiuntivo per il tuo business.* Promuovi attivamente questa offerta presso la tua rete di clienti, includila nella tua messaggistica di marketing e metti in evidenza le tue offerte di pagamento a rate, insieme alle altre opzioni di pagamento, già nelle prime fasi del percorso d'acquisto per favorire la conversione e ottenere un vantaggio sui tuoi concorrenti.

*L'idoneità e disponibilità al pagamento a rate è soggetta allo status del commerciante, il settore di business e tipo di integrazione. L'idoneità del consumatore è soggetta a status e approvazione. Le caratteristiche variano a seconda del mercato.



4

Travel fusion: attira il viaggiatore "bleisure".

La linea di separazione tra viaggi d'affari e di piacere si assottiglia, dando vita ai viaggi "bleisure", dai termini "business" e "leisure", ovvero lavoro e svago. I viaggiatori stanno abbracciando l'idea di una fusione tra vita personale e lavorativa, combinando brevi vacanze di relax con gli spostamenti per motivi di lavoro. Molti viaggiatori ritengono che combinare lavoro e vacanza sia un modo di viaggiare più efficiente, economico e rispettoso dell'ambiente: il 72% dei viaggiatori ritiene che viaggiare in modo sostenibile sia importante in tutto il mondo.⁸



In tutto il mondo, più di un viaggiatore d'affari su tre aggiungerà una componente di svago ad almeno uno dei suoi viaggi di lavoro quest'anno.⁹

Dato che l'82% dei viaggiatori "bleisure" soggiorna nello stesso hotel per tutta la durata del viaggio, puoi rendere più facile per loro prolungare e migliorare i loro viaggi.¹⁰ Potresti offrire pacchetti post-conferenza che includano attrazioni, esperienze e menù particolari, o anche un'escursione presso un hotel associato nelle vicinanze. Pubblicizza i vantaggi per il viaggiatore d'affari (Wi-Fi veloce, spazi di lavoro adeguati, strutture per conferenze) e i servizi per il suo svago (camere più ampie, attività adatte ai bambini, servizi di concierge). Semplifica il pagamento del viaggio con più metodi disponibili, in modo da separare le spese personali da quelle di lavoro.

Si possono anche offrire tariffe preferenziali ai clienti aziendali più importanti, in modo che possano trasferire i risparmi ai loro dipendenti. Ti stai rivolgendo a un pubblico che già viaggia per lavoro e che probabilmente coglierà al volo l'occasione di approfittare degli sconti, indipendentemente dai motivi per cui viaggia.

5

Rendila speciale: un'offerta personalizzata e connessa.

È fondamentale per le aziende del settore dei viaggi e del turismo mantenere il passo con la costante evoluzione della tecnologia che influenza il loro settore, orientato maggiormente su mobile e app. Il numero di download delle app è determinato dai clienti fedeli, che effettuando il login, possono poi gestire comodamente i loro viaggi dal loro smartphone. Se i clienti scelgono di dare il consenso esplicito per ricevere ulteriori comunicazioni di marketing, puoi contribuire a fornire un'esperienza più personalizzata e ricca tramite offerte mirate.

Valuta l'offerta di servizi end-to-end personalizzati della tua app per creare uno strumento completo per i clienti.



Pianificare

Fornisci agli utenti collegamenti a recensioni di attività, ristoranti e attrazioni nelle vicinanze per aiutarli a organizzare i loro viaggi. Includi collegamenti alle app meteo per tenere i viaggiatori informati e in grado di pianificare al meglio le loro escursioni e preparare i loro bagagli. Concedi la possibilità di chattare in tempo reale con la reception e richiedere i servizi tramite l'app.



Modalità di pagamento

Offri le prenotazioni cashless in app, dai biglietti del treno al parcheggio dell'aeroporto, al noleggio di biciclette, con un sistema di pagamento completo dalla gestione al pagamento delle transazioni.



Esplorare

Includi consigli e link per hotel, ristoranti, attrazioni turistiche, attività e trasporti nelle vicinanze e inserisci una mappa.



Upgrade

Sblocca nuove opportunità di vendita parallela offrendo l'assicurazione di viaggio, il bagaglio aggiuntivo, il Wi-Fi potenziato o le prenotazioni e gli upgrade come parte integrante del processo di acquisto, il tutto rendendo trasparente il prezzo o l'utilizzo dei punti.



Condivisione

Facilita la condivisione delle esperienze dei viaggiatori attraverso i social media con tag di localizzazione, foto e recensioni. I clienti possono aiutare ad ampliare la rete di contatti e a promuovere la tua attività verso un pubblico più vasto.



La fiducia è
essenziale nel
mondo degli acquisti
online e i consumatori
si fidano di PayPal.

**PayPal è il secondo
marchio più affidabile
a livello globale.¹¹**





6

Addio ai contanti: sfrutta le opzioni di pagamento contactless dal telefono.

La maggiore consapevolezza dell'igiene e della trasmissione di malattie, oltre alla richiesta di opzioni di pagamento più rapide ed efficienti, ha reso i pagamenti contactless il modo preferito, e spesso sperato, di saldare i conti. Le opzioni contactless includono applicazioni per dispositivi portatili, portafogli elettronici e carte "tap to pay" (appoggia per pagare) abilitate al contactless, la cui popolarità è in forte aumento. La scelta di queste opzioni da parte dei consumatori consente anche di liberare lo staff, il che è fondamentale data la carenza di personale nel settore dell'ospitalità.

Oltre ai pagamenti contactless da mobile, i viaggiatori vogliono utilizzare le opzioni di pagamento che preferiscono. Quando si tratta di viaggi, anche i premi possono giocare un ruolo importante nelle preferenze di pagamento dei clienti.

Sapevi che PayPal può aiutare i tuoi clienti a guadagnare dei punti fedeltà? Il portafoglio PayPal non solo è contactless, ma consente agli utenti di pagare con la propria carta di credito e di ottenere i relativi punti fedeltà di viaggio.* Non è necessario avere un saldo PayPal e si può utilizzare la forma di pagamento più conveniente. Si tratta di un triplo bonus per i clienti, con protezione e sicurezza contactless, il tutto mentre si guadagnano punti fedeltà.

*Dipende dalla disponibilità specifica del Paese.



Secondo un'analisi di PwC e Strategy&, il volume globale dei pagamenti contactless è destinato ad aumentare oltre l'80% dal 2020 al 2025, passando da circa 1.000 trilioni di transazioni a quasi 1.900 trilioni, e a triplicare entro il 2030.¹²

Sarebbe opportuno investire in opzioni di pagamento contactless su mobile, per treni, autobus, reti di taxi, hotel e attività. Sono facili e convenienti per i consumatori e le opzioni di pagamento con portafoglio digitale possono contribuire ad aumentare le misure di sicurezza grazie al livello di autenticazione aggiuntivo che forniscono.

Il 41% dei viaggiatori di tutto il mondo ritiene che il self-check-in e i pagamenti contactless via cellulare aumenterebbero la loro fiducia nei viaggi nei prossimi 12 mesi.¹³

7 Flessibilità: una nuova necessità.

I termini e le condizioni di viaggio flessibili offrono ai viaggiatori la massima tranquillità. I cambiamenti dell'ultimo minuto sono spesso inevitabili e l'offerta di una flessibilità di viaggio è importante per i clienti e favorisce la fidelizzazione.



Secondo Airbnb, gli host che sono passati da una politica di cancellazione rigida o moderata a una politica flessibile dopo l'aprile 2020 hanno registrato un aumento delle prenotazioni per il mese successivo pari o superiore al 10%.¹⁴

Garantire la massima trasparenza dei prezzi. Al momento dell'acquisto, illustra i vantaggi e gli elementi coperti, in modo che i clienti comprendano facilmente le loro opzioni. Presenta grafici di confronto e riferimenti rapidi che aiutino i clienti a scegliere il livello di flessibilità e protezione più adatto a loro, comprendendo al contempo gli effetti sul prezzo.





8

(S)cambi facili: convertitori di valuta integrati.

La gestione di valute diverse va di pari passo con i viaggi internazionali e i viaggiatori vogliono tenere sotto controllo le loro spese, comprendendone i costi. La possibilità di vedere i prezzi nelle valute locali aiuta a semplificare il processo. "Le persone preferiscono pagare in una valuta familiare. Offrendo questa opzione, i business creano un processo d'acquisto più fluido", afferma Dr. Tiffany Raymond, responsabile globale della tutela dei clienti PayPal.



Offri ai viaggiatori la possibilità di convertire automaticamente o facilmente i prezzi nella loro valuta locale.

Aggiungi uno strumento di conversione alla tua app o collabora con un partner come PayPal che può occuparsi della conversione di valuta per facilitarti il compito. I viaggiatori possono pagare nella loro valuta locale e la tua attività riceve il pagamento nella valuta di preferenza.

9

Sicurezza:

offri opzioni di pagamento efficaci contro le frodi.



Nel 2021, i tassi di frode nel settore dei viaggi e del tempo libero sono aumentati fino al 156% su scala globale.¹⁵

Le minacce possono presentarsi sotto forma di frodi con carte di credito e prenotazioni, nonché di comuni violazioni dei dati. Indipendentemente dalla fonte, le frodi hanno un impatto negativo sui profitti e sull'efficienza operativa. Le transazioni fraudolente comportano inoltre un'esperienza negativa per i clienti che, a loro volta, possono condividere recensioni imprecise.

Garantisce opzioni di pagamento sicure e ad elevata capacità di conversione con una solida protezione contro le frodi. Assicurati che la tua soluzione sia in grado di gestire l'autenticazione di identità, l'acquisizione di un conto, le frodi di chargeback e di ottimizzare i tassi di autorizzazione. In particolare, una soluzione di gestione delle frodi basata sull'apprendimento automatico risulta utile per contenere il rischio.



L'83% dei responsabili della prevenzione delle frodi ritiene che il machine learning adattivo sia fondamentale per le strategie di gestione delle frodi.¹⁶

Un'indagine di Forrester ha dimostrato che le soluzioni di gestione delle frodi automatizzate e basate sull'apprendimento automatico hanno aumentato la soddisfazione dei clienti del 19%, riducendo al contempo i tempi di risposta, i rischi e i costi.¹⁶ È possibile sfruttare le informazioni sulle frodi provenienti da miliardi di transazioni PayPal annuali in tutto il mondo per affrontare i rischi, mantenere la conformità e navigare in ambienti normativi complessi creando soluzioni personalizzate basate sul machine learning.



10

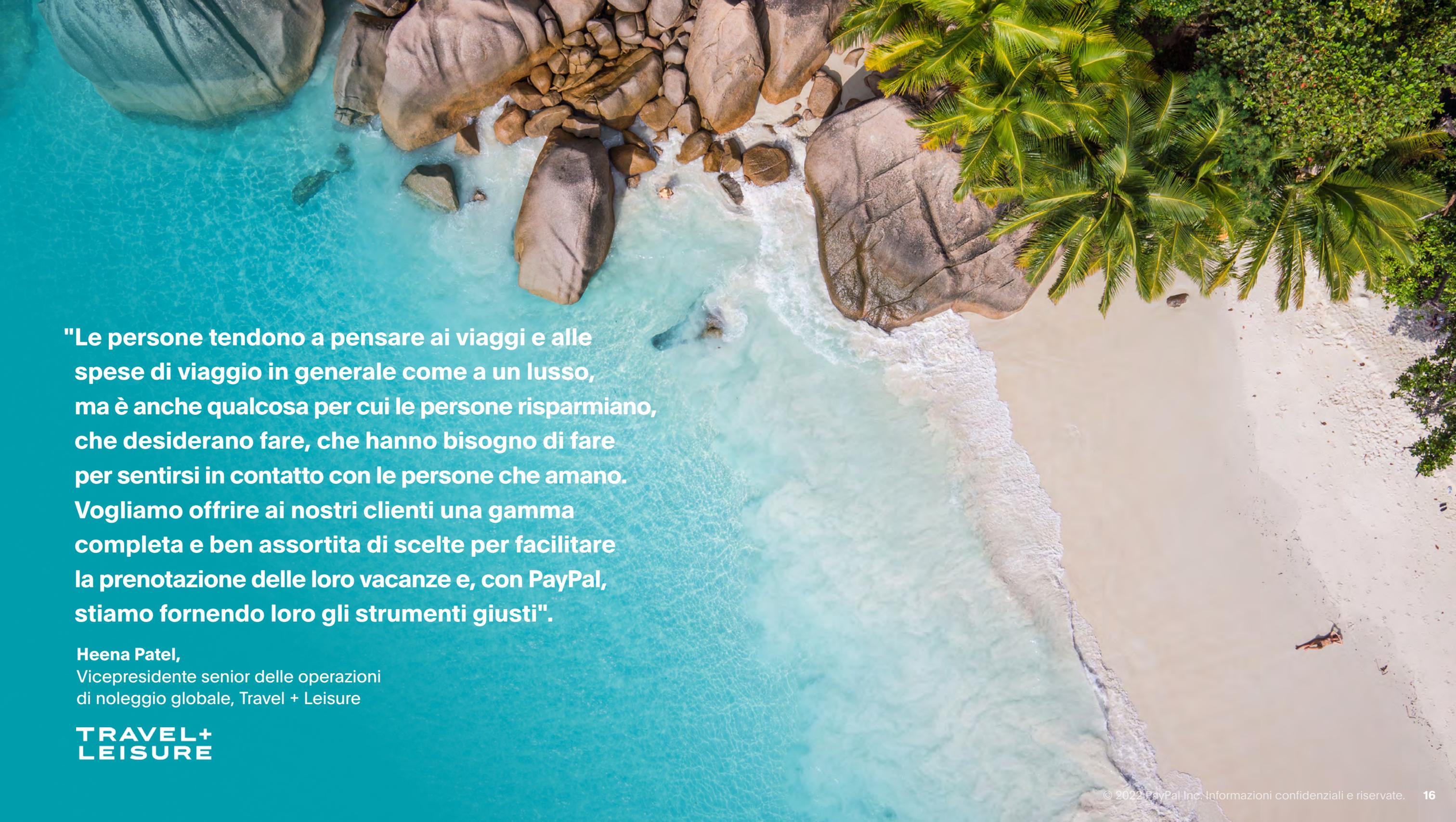
Crea una visione: usa immagini di lifestyle comuni.

Le immagini di luoghi meravigliosi sono ottime, ma i viaggiatori sono più propensi a scegliere uno scenario in cui possono immaginarsi. Anche le immagini attuali che non traggono in inganno sono importanti. Quando i clienti vedono foto di belle piscine, ma al loro arrivo scoprono che la piscina è situata a un chilometro di distanza in un hotel associato, rimangono delusi.



Mostra immagini di lifestyle accurate e recenti che rappresentino al meglio la tua struttura o il tuo servizio.

Questo aiuta i viaggiatori a immaginarsi sul posto e a vedere esattamente ciò che vivranno. Una chiara identificazione e immagini aggiornate aiutano i clienti a capire cosa stanno acquistando, e possono ridurre significativamente le domande via e-mail, chat e telefono. Tornando al nostro primo suggerimento, i viaggiatori vogliono e apprezzano la trasparenza: le aziende che falliscono su questo punto e finiscono per deludere i clienti possono trovarsi a pagarne il prezzo con reclami e recensioni negative.



"Le persone tendono a pensare ai viaggi e alle spese di viaggio in generale come a un lusso, ma è anche qualcosa per cui le persone risparmiano, che desiderano fare, che hanno bisogno di fare per sentirsi in contatto con le persone che amano. Vogliamo offrire ai nostri clienti una gamma completa e ben assortita di scelte per facilitare la prenotazione delle loro vacanze e, con PayPal, stiamo fornendo loro gli strumenti giusti".

Heena Patel,
Vicepresidente senior delle operazioni
di noleggio globale, Travel + Leisure

TRAVEL+
LEISURE

E se potessimo reinventare i viaggi?

Guida al Customer Journey

Reinventare il viaggio del cliente inizia molto prima del viaggio vero e proprio. Fornire ai clienti un processo di pianificazione e di pagamento semplice e senza intoppi, insieme a un'esperienza di viaggio piacevole, potrebbe invogliarli a farli tornare e a portarne dei nuovi!

Che si tratti di viaggi con biglietto, noleggio auto, pernottamenti o esperienze nelle destinazioni, PayPal può aiutarti a reinventarli.

Scopri di più su come PayPal può aiutare a far crescere il tuo business.

I nostri esperti vendite e assistenza sono qui per aiutarti.

[Contattaci](#)



PayPal è in prima linea nella rivoluzione dei pagamenti digitali da oltre 20 anni. Sfruttando la tecnologia per rendere il commercio e i servizi finanziari più convenienti, funzionali e sicuri, la piattaforma PayPal consente a oltre 429 milioni di consumatori e aziende in oltre 200 mercati di crescere nell'economia globale.





Dr. Tiffany Raymond, PhD

Dr. Tiffany Raymond, responsabile globale della tutela dei clienti PayPal, si rivolge agli operatori commerciali di tutto il mondo per aiutarli a migliorare l'esperienza digitale dei clienti, in particolare al momento del pagamento. Dr. Raymond ha raggiunto PayPal nel 2014 e dirige il team di tutela dei clienti all'interno dell'organizzazione Global Revenue Enablement. Dr. Raymond ha conseguito il dottorato e il master presso l'Università della California del Sud, nonché la laurea specialistica presso l'Università del Tennessee e la laurea triennale presso l'Università dell'Arkansas, dove è stata proclamata "valedictorian" dell'università, laureandosi con lode.



¹ Statista Worldwide Travel & Tourism, marzo 2022.

² Sondaggio online TRC commissionato da PayPal, ad aprile 2021, che ha coinvolto 5.000 consumatori di età superiore ai 18 anni negli Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Francia e Australia.

³ Studio B2B International, commissionato da PayPal, novembre-dicembre 2021. B2B International ha intervistato 504 aziende di medie e grandi dimensioni negli Stati Uniti, nel Regno Unito e in Germania nel periodo novembre/dicembre 2021. Commercianti delle grandi imprese con un fatturato annuo superiore a 100 MLN; commercianti del mid-market con un fatturato annuo compreso tra \$20MLN-\$100MLN.

⁴ Studio Nielsen commissionato da PayPal, maggio 2021. Nielsen behavioural panel sulle transazioni desktop, sondaggio attitudinale Nielsen, Forrester (acquirenti online), dati PayPal (utenti attivi) da 2.100 commercianti di grandi imprese in sette mercati (USA, UK, DE, FR, IT, ES e AU) con circa 1 milione di acquisti da +200K consumatori nel 2021.

⁵ PR Newswire, "Luxury Travel Market Size to Reach USD 39,300 Million by 2028 at CAGR 8.4% - Valuates Reports", 23 febbraio 2022.

⁶ Indagine online di TRC commissionata da PayPal ad aprile 2021, che ha coinvolto 1.000 consumatori statunitensi di età superiore ai 18 anni (282 gli utenti che utilizzano il pagamento a rate).

⁷ Studio TRC, commissionato da PayPal, aprile 2021. TRC ha intervistato 1000 consumatori di età superiore ai 18 anni in ognuno dei cinque mercati: Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Francia e Australia.

⁸ Statista, "Global travelers who believe in the importance of green travel," 5 luglio 2022.

⁹ BBC, "The Rise of the Bleisure Traveller", consultato a luglio 2022.

¹⁰ Hotel Tech Report, "What is Bleisure Travel and Why Is It Important?" 10 marzo 2022.

¹¹ Morning Consult - The 15 Most Trusted Brands Globally. (Morning Consult: I 15 marchi più affidabili a livello globale.) Marzo 2021. Morning Consult ha raccolto i risultati di un sondaggio su 330.000 consumatori in 10 mercati internazionali per fornire una visione globale dello stato attuale della fiducia dei consumatori nei marchi.

¹² PwC, "Payments 2025 & beyond", consultato il 28 luglio 2022.

¹³ Statista Research Department, "Main technologies to increase travel confidence among travelers worldwide 2021." 10 gennaio 2022.

¹⁴ Airbnb, "Why it's smart to offer flexible cancellations," secondo i dati interni di Airbnb sulle prenotazioni globali raccolti tra aprile 2020 e aprile 2021, luglio 2021.

¹⁵ CNBC, "Cyberfraud shifts to gaming, travel and leisure, report finds," 11 agosto 2021.

¹⁶ Forrester Opportunity Snapshot, commissionato da PayPal, Adaptive ML: The Future of E-Commerce Fraud Management, aprile 2022.