

De grootste online (travel) trends in 2010

Het begin van het jaar is ook de start van een stortvloed van lijstjes van trends. In deze column zet ik de belangrijkste op een rij. Veel trends vallen samen te vatten in één zin: iedereen is altijd en overal digitaal verbonden met het internet en met elkaar.

2009 Was het jaar waarin het internet snel bleef doorgroeien. Verwachting is dat het aantal huishoudens met internettoegang in 2010 zal groeien van 93% naar 95%. Negen op de tien Nederlanders maken in 2010 dagelijks gebruik van het internet en het aantal online minuten zal stijgen naar 110 minuten. Hiermee evenaart internet het televisiegebruik. Inmiddels hebben 8,8 miljoen Nederlanders een online aankoop gedaan, zo meldt het CBS. Voor 2010 wordt opnieuw een forse groei in zowel omzet als aantal aankopen verwacht, deze groei zal wel lager zijn dan in 2009.

Het internet wordt meer persoonlijk. Met mijn toestemming mag mijn persoonlijke informatie worden gecombineerd met de informatie op het web om mij de beste antwoorden te bieden. Die kunnen dus verschillen van de beste antwoorden voor anderen. Met het ingaan van het spamverbod op zakelijk e-mail is er eind gekomen aan het versturen van ongeverraagde bulkverzending. Voor succesvolle direct e-mail wordt vergaande personalisatie steeds belangrijker.



'Elk bedrijf heeft een online aanwezigheid nodig'

Daarbij is de integratie met de bedrijfswebsite en sociale websites van belang. Zoekresultaten worden op maat geleverd door middel van personalized search.

Altijd

Het internet wordt steeds actueler. We zien de opkomst van real time

banners, real time adwords campaigns, real time nieuwsbrieven. In alle gevallen worden actuele gegevens getoond, zoals prijzen, acties of voorraden. Ook zien we binnen afzienbare tijd live ervaringen ('real time reviews') van medeconsumenten verschijnen. Dit betekent dat organisaties ingericht moeten zijn om ook meteen te reageren, voordat negatieve ervaringen 'viral' gaan. Ook real time search past hierin, de integratie van real time resultaten (uit bijv. Twitter) bij een zoekopdracht.

Overall

Toegang tot internet groeit ook op een ander niveau. Mobiel internet neemt een grote vlucht. Momenteel heeft 30% van de Nederlanders mobiel internet op zijn telefoon. De verwachting is dat in 2010 bijna de helft van de Nederlanders mobiel internet heeft. In 2011 zal het aantal smartphones de wereldwijde pc-verkopen overtreffen. Wifi toegang groeit ook sterk. Met name in Amerika is dit een trend. Zo bieden bedrijven als Starbucks, McDonald (11.000 restaurants)

gratis Wi-Fi aan en zijn er plannen voor 'nation wide Wi-Fi'. In Nederland is NS van plan om in treinen Wi-Fi aan te bieden. Ander fenomeen is de 'Cloud', waarmee bedoeld wordt dat al je bestanden via internet toegankelijk zijn. Bijvoorbeeld een CRM systeem als Highrise, waarbij alle gegevens online toegankelijk zijn. Daarnaast is het internet steeds meer 'lokaal', dit blijkt uit de grote hoeveelheid 'local searches', dit zal met mobiel internet alleen maar toenemen. Location based services zullen in 2010 een grote ontwikkeling doormaken.

Zo'n 90% van de aankopen van de retail vindt offline plaats, maar meer dan 40% van de aankopen begint online. Elk bedrijf heeft een goede online aanwezigheid nodig, waar mensen meer te weten te kunnen komen en betrokken kunnen raken, zelfs als het uiteindelijke contact offline is.

Informatie en communicatie is beschikbaar via elk medium (desktop, website, blog, portal, sociale netwerken, email) en via elk apparaat (PC, E-reader, mobiel, tablet pc, TV, game console etc). Het is de uitdaging voor de aanbieder om daar te zijn waar de klant zich bevindt, altijd en overal.

De internet ervaring zal steeds rijker en interactiever worden. Steeds minder tekst gebaseerd en



steeds meer video, social games en interactive interfaces (zoals Iphone).

Er wordt zelfs een laag over de werkelijkheid geplaatst, met behulp van augmented reality.

'Meten is weten'

Voorbeeld is het Nederlandse layar, waarmee je met de camera van je telefoon bijvoorbeeld kan zien in je omgeving welke huizen te koop zijn of waar de dichtstbijzijnde bank is. Een andere mogelijkheid is dat reizigers die door een landschap lopen en de namen en hoogtes zien van de bergen om hun heen. En reviews over hotels of campings in de buurt.

Er vindt een enorme groei in Apps (applicaties) plaats. Niet alleen op de Iphone maar ook op Facebook. Iphone heeft de 2 miljard downloads gepasseerd en Facebook claimt meer dan 500.000 apps. Veel hotels hebben een eigen app ontwikkeld, zoals room service bestellen voordat je incheckt (bijvoorbeeld Hilton). Andere voorbeelden zijn het aankopen van extra diensten in een vliegtuig met behulp van een app.

Met elkaar

De opkomst van social media is in veel media al vaak genoemd. De explosie van social netwerken, zoals Facebook en Hyves is een inhaalslag van het internet ten opzichte van het echte leven, want mensen zijn van nature sociaal. Als er iets leuks of interessants gebeurt, wil je het delen met iemand. Dat was altijd al zo, en nu is er het internet waar al dat delen kan plaatsvinden. Ook het zoeken naar informatie heeft een sociaal element. Als je iets wilt weten, vraag je het je omgeving. In 2010 is de verwachting dat het aantal gebruikers stijgt en dat het gebruik intensiever wordt. Voor bedrijven geldt dat er een actief beleid voor social media moet worden uitgezet. Niet alleen reactief door middel van Webcare maar ook pro-actief met bijvoor-

beeld ambassadeurs-programma's. In 2010 zullen meer bedrijven gebruik maken van een multi-channel internetstrategie, waarbij behalve op de eigen website ook op andere websites interactie plaats vindt. Sommige trend-

watchers verwachten dat Google Wave in 2010 gebruikt gaat worden om samen een vakantie te bepalen.

Andere belangrijke ontwikkelingen zijn:

Let's make a deal

2009 Was het jaar van de deal. Door de crisis zijn prijzen in de markt sterk onder de druk komen te staan, waardoor consumenten veel mogelijkheden hadden tot scherpe aanbiedingen. Voor 2010 zijn de verwachting niet veel positiever gestemd. Verwachting is stabiele of lagere prijzen, meer bereidwilligheid tot onderhandeling, en meer online veilingen door bedrijven om overtollige voorraad te verkopen.

Metten, metten, metten

In tijden van crisis, of zwakke groei, is het nog belangrijker dan anders om te meten wat er

gebeurt met je business. 2010 zal zeker in het teken staan van conversie en meten. Het gaat niet alleen om views en clicks maar ook om engagement (betrokkenheid).

Eén van de belangrijkste trends op dit gebied is campagne attributie. Campagne-attributie gaat er van uit dat niet één maar meerdere bronnen van herkomst (radio-commercial, adwordscampagne, affiliate campagne, organic bezoek google, eigen site) van bezoek verantwoordelijk kunnen zijn voor een conversie. Hierdoor kun je het marketing budget effectiever alloceren, waardoor je op sommige media geld bespaart en in andere media juist een langere adem kunt veroorloven dan de concurrent, juist omdat jij wél weet dat je die euro's terugverdient in cross-mediaal verband. Consumenten gebruiken vaak tientallen sites voordat zij tot een boeking komen...

Conversie optimalisatie. Het gaat om testen, testen, testen. Bijvoorbeeld met website optimizer landingspagina's testen en optimaliseren. De pure online spelers zijn hier al erg actief mee, de grote touroperators nog minder.

Daarnaast kun je ook meer gaan targetten op gedrag (re-targeting). Als iemand niet gereageerd



Ludolf Stavenga.

heeft op een banner op een bepaalde pagina, dan krijgt hij een specifiekere banner op de volgende pagina/site... Eigenlijk kan je straks zeggen in een banner "hé.. je bent net op deze pagina geweest... vond je het te duur? check dan deze aanbieding!!"

Al met al zijn er veel spannende ontwikkelingen gaande. Naast het feit dat het voor veel bedrijven hard werken is om winstgevend te blijven, moet op deze ontwikkelingen ook ingespeeld worden om de toekomst zeker te stellen. Werk aan de winkel dus!

Ludolf Stavenga is eigenaar van internetbureau VisitReturn.nl (helpt ondernemers new business te realiseren) en schrijft over trends op ReisPortals.nl.

