

10 cose da sapere perché la propria agenzia di viaggi continui a stare (bene) sul mercato

Carlo Maderna, titolare Clio Viaggi Srl



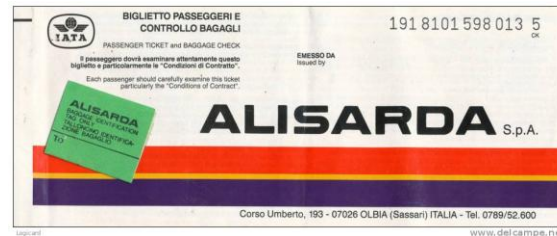
ABSTRACT

Il modello di business di un'agenzia di viaggi è radicalmente mutato negli ultimi vent'anni: il docente, titolare di un'agenzia di viaggi fondata nel 1981, descrive come ha affrontato il cambiamento, quali sfide ha superato, quali soluzioni gli garantiscono una solida presenza sul mercato.



Il primo cambiamento: dagli anni '80 ai primi anni '90

Il passaggio dal lavoro esclusivamente manuale e telefonico



A quello telematico con l'introduzione dei primi GDS con linea telefonica dedicata



Secondo cambiamento: metà anni '90

L'introduzione della linea Adsl Veloce (o quasi)...



che ci ha permesso di ottimizzare i tempi, eliminare le consegne a domicilio dei biglietti, E-ticket, e documenti di viaggio.



Terzo cambiamento: anni 2000 - 2010

La diffusione capillare della rete internet che ci mette



ogni giorno in competizione/discussione con il cliente



Cosa scegliere di fare, e cosa rende meglio, per la nostra agenzia



Bisogna fare necessariamente una differenza tra le agenzie cosiddette «storiche» e quelle di recente o nuova apertura.

Per le storiche si può ancora mantenere in essere sia il BT che il leisure-gruppi.

Per le nuove aperture, si deve forzatamente focalizzare la propria idea di business verso una quota di mercato ben precisa.

Non si hanno a disposizione le risorse umane, e forse neppure le conoscenze tecniche, sufficienti per poter fare entrambe le cose ottenendo profitto.

Come individuare business redditizi

Per il BT

Integrazione dei SERVIZI che ai nostri clienti comportano impiego di tempo e di personale, *fidelizzandolo.*

- Offrendo l'ottimizzazione dei costi per la gestione delle note spese, e dei rendiconti/E.C., tramite la scelta di un buon gestionale
- Si pongono le basi perché il cliente/azienda sposti tutto, o gran parte, del traffico sulla nostra agenzia.
- La vendita di servizi ancillari (polizze assicurative, parcheggi, visti, noleggi auto, hostess/interpreti, servizio di traduzioni documenti ecc.)



Come individuare business redditizi



Nel reparto Leisure

Fino ad oggi l'appartenere ad un Network (e DEVE essere di primaria importanza) ha fatto la differenza, in termini di quote, disponibilità e remuneratività.

Domani?

I network sono molti, forse ormai troppi, e la selezione sarà fondamentale.

Sviluppare la capacità di «costruire viaggi» unici.

Ci si deve adeguare al mutamento dei tempi, non si può più aspettare il cliente in agenzia, stimolarlo con tutti gli strumenti a nostra disposizione...Passiamo al Turismo 2.0

3 Azioni che hanno aumentato i margini



1. Cambio del gestionale;
2. Sono stati eliminati dalla vendita tutti i biglietti, ed i T.O. a bassa remunerazione (Bus – traghetti, treni tratte estere) e tutte quelle applicazioni lente o macchinose da gestire;
3. Cambio di strategia nella vendita dei pacchetti turistici. Siamo diventati noi il T.O. (troppi costi accessori, poca flessibilità, e molta lentezza nelle risposte)



leisure vs BT, gruppi vs individuali: scegliere cosa fare e come farlo

il conto economico e le fonti di reddito: elementi, interpretazioni e consigli

come individuare i business redditizi ed evitare quelli a reddito zero o in passivo

3 decisioni che hanno aumentato i margini dell'attività negli ultimi 3 anni

Grazie

Carlo Maderna
titolare Clio Viaggi Srl

carlomaderna@clioviaggi.com
+39 348 8094102

