

/ FOCUS /



Oltre 80 tra agenzie viaggi e travel planner in tutta Italia
L'obiettivo per il 2019 per **Frigerio Viaggi** è consolidare la rete

I VANTAGGI DI APPARTENERE AD UN NETWORK

Intervista a Giorgio Mariani, Network Travel Manager: “abbiamo scelto il franchising perché siamo un gruppo solido, consolidato, storico. Le nostre dimensioni aziendali consentono agli affiliati di dialogare direttamente con i vertici aziendali e di avere un confronto costante con il Network”

/ FOCUS /



Giorgio Mariani, Network Travel Manager

Un'azienda solida e seria, che vanta una storia iniziata nel 1974 nel mondo del turismo e dei viaggi, fatta di passione per un lavoro vissuto con amore da tre generazioni. Diverse agenzie sul territorio che vantano professionisti qualificati sempre al completo servizio dei clienti. Una gamma di servizi a 360° è in grado di soddisfare ogni esigenza di viaggio: dal last minute al viaggio "tailor made", dai tour ai viaggi di nozze. Abbiamo intervistato Giorgio Mariani, Network Travel Manager di **Frigerio Viaggi**.

Qual è il futuro del turismo italiano. Quali le evoluzioni?

"Il turismo è un settore da sempre caratterizzato da cambiamenti rapidi e dinamici. Nel 2019 le agenzie viaggi dovranno intensificare l'organizzazione di viaggi tailormade, ampliando la rete di contatti e aumentando la redditività, per offrire al cliente un servizio sempre più unico, dove la reale consulenza dell'agente di viaggio diventa centrale.

Un altro tema focale di quest'anno sarà la sicurezza, un tema assolutamente non scontato e che nel 2019 porteremo in evidenza come plus del nostro Network. Perché adeguarsi alle normative, avere un fondo di garanzia, utilizzare procedure regolari e certificate è un vantaggio non solo per l'agenzia, ma anche e soprattutto per il cliente finale:

l'utente può e deve avere la certezza di prenotare le proprie vacanze in assoluta sicurezza, con la consapevolezza di essersi rivolto a dei veri professionisti che curano la sua vacanza e i suoi interessi. Si è tanto parlato di abusivismo negli ultimi anni, adesso finalmente anche l'utente ha degli strumenti per capire chi è veramente serio e professionale".

In virtù del cambiamento della domanda e dell'offerta cambia anche il ruolo delle agenzie?

"L'agente di viaggi non può e non deve restare seduto in agenzia ad aspettare il cliente. Oggi più che mai occorre sapersi adeguare ai cambiamenti, soprattutto quelli della clientela. Conoscere le nuove soluzioni e stare sempre attenti alle novità, mai perdere l'opportunità di imparare qualcosa di nuovo. Esser sempre pronti a rispondere alle richieste dei clienti con competenza e spirito propositivo. L'elenco potrebbe continuare all'infinito, ma quello che è fondamentale è essere pronti a mettersi in discussione. A partire dagli orari di lavoro fino alla flessibilità di raggiungere il cliente anche al di fuori dei locali dell'agenzia, senza perdere la propria autonomia ma, anzi, diventando padroni del proprio tempo. Non semplici venditori di viaggi, ma venditori di sé stessi, veri e propri consulenti. Non a caso negli Stati Uniti l'associazione nazionale di categoria ASTA ha deciso di cambiare il proprio nome da American Society of Travel Agents ad American Society of Travel Advisors: non più Agente ma Advisor, ovvero Consulente. Non si tratta solo di un cambio di denominazione: è un cambiamento sostanziale della professionalità, un cambiamento che non si può improvvisare, ma che va interiorizzato e fatto proprio da ogni bravo Consulente".



/ FOCUS /



Qual è la vostra presenza in Italia e cosa prevedete per i prossimi anni. Vi interessa il mercato internazionale?

“Oggi contiamo oltre 80 tra agenzie viaggi e travel planner in tutta Italia. Il nostro obiettivo per il 2019 è consolidare la rete. Non siamo interessati all'internazionalizzazione, il franchising delle agenzie viaggi non è una formula facilmente esportabile: ogni Paese ha la propria regolamentazione e i propri fornitori di riferimento”.



Perché la scelta del franchising con Frigerio Viaggi Network?

“Perché siamo un gruppo solido, consolidato, storico che lavora nel settore del turismo da oltre 40 anni e in quello dei trasporti da 70 anni. Le nostre dimensioni aziendali consentono agli affiliati di dialogare direttamente con i vertici aziendali e di avere un confronto costante con il Network”.

Quali sono i vantaggi di appartenere ad un gruppo?

“I vantaggi sono diversi: dalla selezione dei fornitori turistici e delle migliori condizioni contrattuali possibili alla formazione e all'aggiornamento costante; da una linea di comunicazione e immagine studiata dalla sede all'accesso a cataloghi e programmazioni ad hoc, per non dimenticare il supporto commerciale che il Network può fornire all'affiliato nello sviluppo della sua attività”.

Cosa offrite ai vostri affiliati. A tal proposito quali sono i vostri punti di forza e perché dovrebbero scegliere di affiliarsi?

“Oltre a quanto sopra offriamo ai nostri affiliati degli strumenti ad hoc, come il nostro S.I.T.O. (Sistema Integrato per il Travel Online): un vero e proprio portale con 3 diversi canali di navigazione

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

/ FOCUS /

per la costruzione di vacanze personalizzate, pacchetti dinamici ed esperienze. Abbiamo anche uno strumento dedicato alla gestione del Corporate Travel (turismo d'affari) C.T.M.P. Corporate Travel Management Portal. Negli ultimi anni abbiamo sviluppato molto anche l'Incoming e forniamo alla rete proposte e programmazioni per lavorare anche con i turisti stranieri”.

Oltre all'affiliazione quali armi avete per convincere eventuali agenzie indecise ad entrare nel vostro Gruppo?

“Oltre alla classica formula di affiliazione in franchising, ideale per le start-up e per chi non proviene dal settore, abbiamo anche la formula Friends e la formula Travel Planner.

Friends: per chi ha già un'agenzia viaggi e vuole entrare a far parte di un Network per beneficiare di tutti i vantaggi del Gruppo.

Travel Planner: per i professionisti che vogliono proporre viaggi, vacanze, e biglietteria direttamente al domicilio del cliente o comunque in luoghi al di fuori dei locali di un'agenzia di viaggi”.

In che modo internet e la digitalizzazione ha modificato la vostra attività?

“Internet non ci fa più paura, si è anzi trasformato in uno strumento al servizio delle stesse agenzie



di viaggi. Ai nostri affiliati offriamo la possibilità di realizzare dei siti personalizzati che godono dei motori di ricerca del sito madre. Per quanto riguarda la digitalizzazione, il nostro catalogo WOW è stato uno dei primi a utilizzare la tecnologia della Realtà Aumentata, che consente all'utente di scoprire contenuti aggiuntivi e interattivi semplicemente inquadrando le pagine cartacee con il proprio smartphone o tablet”.

AZ © RIPRODUZIONE VIETATA

