Explora presenta "Benvenuti a Expo", la guida per la cura dei dettagli

Explora presenta nella sede i Expo, in via Rovello a Milano, la guida ***Benvenuti a Expo***, uno strumento pensato per gli operatori turistici per meglio conoscere la cultura e i comportamenti dei viaggiatori che, presumibilmente, visiteranno l'Expo e il territorio lombardo.

"Oggi non siamo più quello che raccontiamo, bensì quello che raccontano di noi gli altri - spiega il **direttore generale di Explora Josep Ejarque** -. Perciò dobbiamo innalzare al massimo la qualità della nostra ospitalità; intendiamoci già oggi il mondo ci vede da 7,5, secondo ad esempio il Tripadvisor Barometer, ma dobbiamo esser da 9. Per il periodo dell'Expo, ma soprattutto per il post Expo. Ed ecco il perché di questa guida. Grazie alla quale curare i dettagli per i 22 mercati strategici di Expo, che noi abbiamo analizzato grazie agli operatori e agli enti di quei paesi ma anche monitorando ben 254 mila tra post e recensioni online". Perché orami il neo turista è impaziente, insofferente ai gruppi, edonista ed esigente, vuole offerte personalizzate ed esperienze legate al suo essere. "Perché siamo noi che ci dobbiamo adeguare al turista, non viceversa".

Turisti che secondo le stime dell'Expo raggiungeranno gli otto milioni quelli dall'estero: "ad oggi abbiamo venduto 7 milioni di biglietti e raggiungeremo i 7,5 che è il nostro obiettivo, prima di Natale - afferma **Piero Galli, Event Management General Director di Expo nonché vicepresidente di Explora** - di cui oltre 4 all'estero. ne abbiamo venduti prima in Oriente, poi nelle Americhe, infine ora stiamo curando l'Europa. Di questi il 65% ai venduti ai to. Secondo le nostre stime venderemo 10 milioni di biglietti attraverso il canale indiretto, e altrettanti sui nostri canali diretti, ovvero le nostre casse e il nostro sito web, dove ne abbiamo già venduti 35 mila".

"Questa guida secondo noi è un cambio di passo, che servirà a personalizzare la relazione con i turisti, creando per loro un'offerta ad hoc - dice il **presidente di Explora Giuliano Noci** -. Solo rendendoci conto delle differenze potremmo attrarre i nuovi turisti. A cui offriremo le nostro località in

tutti i loro aspetti e non solo per quello che sono conosciute oggi. Ad esempio Milano non è solo shopping e business anche una città d'arte. Così allungheremo anche i tempi di permanenza".

Tante le chicche presentate in questa guida, gratuita per i partner di Explora, a 25 euro per tutti gli altri, richiedibile **sul sito di Exporatourism,** tra cui alcune ovvie, del tipo rendere disponibile alcool 24 ore su 24 al turista russo, altre un po' meno, come non dare camere numero 4 al turista cinese o a quello giapponese, perché simbolo d morte. Insomma bisogna curare i dettagli per rendere indimenticabile il soggiorno ai tanti turisti che visiteranno l'Expo. E che poi, si spera, possano ritornare ma soprattutto aiutare a creare un brand reputation online per il nostro paese.