Più strutture e nuove formule nel catalogo Bollicine e Benessere 2015 firmato Nicolaus

Arriva nelle agenzie di tutta Italia il nuovo catalogo “**Bollicine & Benessere**” di **Nicolaus** che ripropone la formula, molto apprezzata dalla ADV e dai clienti, di **pacchetti esclusivi, già confezionati, destagionalizzati e di facile vendibilità**. Il nuovo catalogo sarà accompagnato da una comunicazione commerciale mirata e tematica che farà leva su alcuni asset del prodotto wellness: il suo essere “di moda”, adatto ad un ampio target di clientela e modulabile nell’arco di tutto l’anno.
A livello di prodotto, sono presenti **novità in Lombardia, Toscana, Marche, Campania e Puglia**, selezionate dall’operatore per differenziare l’offerta ed essere in grado di garantire una gamma sempre più ampia di prodotti. Complessivamente l’offerta è cresciuta notevolmente e – tra catalogo e web – conta **ben 130 strutture**. Grande importanza è stata riservata anche in questa edizione alla descrizione del prodotto tramite la classificazion, con alcuni simboli di immediata lettura. Oltre ai classici marcatori che caratterizzano le strutture che in alcune aree della Spa accolgono i bambini, le proposte gourmet e i soggiorni di pregio in dimore storiche, fanno il loro ingresso due nuove classificazioni: il logo Benessere Light caratterizzerà le strutture di charme che sono perfette per un soggiorno relax, anche se offrono centri SPA di entità medio-piccola; il **logo Pacchetti Fisso connoterà i pacchetti con tariffe non soggette a variazioni**, a esclusione dei periodi di alta stagione, dei ponti e di alcune festività. Visto l'ottimo riscontro, che lo ha reso una delle idee benessere maggiormente richieste dalle ADV, ritorna poi il **voucher regalo, Nicolaus Benessere Gift** .
“Ritorniamo in agenzia con un prodotto che ci vede crescere, anno dopo anno, grazie alla capacità di proporre **pacchetti esclusivi che offriamo con una formula che è di immediata lettura e che permette all’agente di disporre di un pacchetto “finito”**, **ricco di plus** -cene gourmet, trattamenti ecc- e **vendibile a un prezzo competitivo**, grazie al lavoro di costruzione svolto dai nostri product manager. E proprio per rafforzare questo tipo di caratterizzazione, abbiamo voluto creare per il 2015 un pacchetto che non è soggetto a variazioni di prezzo, ad eccezione delle festività e dell’alta stagione. Il prodotto wellness non rappresenta il nostro core business, ma ci diamo, per il 2015, **un obiettivo di crescita del 20%**”, commenta Roberto Pagliara, Presidente Nicolaus.