Volonline si prepara a fare follie per gli agenti di viaggio a #NF2015

“Follia è fare sempre la stessa cosa aspettandosi risultati diversi”. **Volonline**, tour operator di nuova generazione specializzato nell’organizzazione di circuiti tailor made per le agenzie di viaggi, prende in prestito una celebre citazione di Albert Einstein per riassumere la sua filosofia imprenditoriale e presentarla al mercato in occasione della partecipazione a NF15.

“Siamo riusciti ad intercettare la ripresa del mercato – dichiara **Luigi Deli**, AD Volonline – proprio grazie al nostro modello di business, basato sul benchmark e sulla logica dell’acquisto multicanale, che garantisce la massima flessibilità nella costruzione del prodotto, associata a competitività economica e quindi redditività. A ciò si aggiunge la professionalità dei nostri account, che offrono conoscenza diretta e specializzata delle destinazioni trattate. Ecco perché le agenzie, alle prese con clienti esigenti e poco disponibili a lasciarsi condizionare da offerte rigide e precostituite, ci hanno premiati, eleggendoci a partner del loro lavoro quotidiano. Partecipiano a NoFrills con il duplice obiettivo di consolidare il posizionamento sul mercato del nord Italia e acquisire nuovi contatti commerciali”.

Tra le novità principali presentate durante la kermesse, il folder “Winter Collection” che raccoglie una serie di proposte ad alta competitività per le festività natalizie, in primis Capodanno ed Epifania, verso le destinazioni più richieste dalla clientela italiana: Maldive, - Thailandia - con tour e soggiorni mare a Phuket, - Santo Domingo - con Punta Cana e Bayahibe, New York, Miami, Emirati Arabi, Oman ed Europa, con Amsterdam e Parigi. “I pacchetti speciali, soprattutto nei ponti, rappresentano una leva fondamentale per entrare in nuove agenzie – commenta **Luca Frolino**, responsabile area gruppi e pacchetti a disponibilità garantita – ecco perché stiamo investendo anche in quest’area, approfittando della competitività delle nostre tariffe aeree”.

Il TO punta anche sulla formazione, elemento fondamentale nella partnership con le agenzie di viaggi: “abbiamo un **ricco programma di educational** e serate sul territorio – spiega **Luca Gregorio**, PM Medio Oriente e sales account – perché è fondamentale che gli agenti che collaborano con noi siano consapevoli del prodotto che vendono. I nostri sono programmi ambiziosi, nei quali cerchiamo di offrire sempre qualcosa di diverso e di particolare, in linea con la nostra mission di specialisti del tailor made. Siamo appena tornati dall’Oman e partiremo per Miami in ottobre. Quest’anno abbiamo

organizzato viaggi di formazione anche in Thailandia e negli Emirati Arabi. A breve ci saranno 2 serate speciali dedicate alle agenzie del Veneto, bacino commerciale strategico in questa fase di espansione”.