Welcome Travel presenta le novità 2016 e uno studio sulle agenzie viaggi del futuro

Due giornate di confronto con gli agenti di viaggio, il 24 novembre a Milano e il 26 novembre a Roma per tracciare un bilancio dell'anno trascorso e presentare le principali novità per il 2016: anche quest'anno si sono tenuti i **Welcome Events**, gli appuntamenti autunnali dedicati alle agenzie del network, organizzati quest'anno in maniera modulare, con la presentazione di dati di mercato e di novità riguardanti i servizi del Network, un ampio spazio dedicato a partner e fornitori e, in finale di giornata, una stimolante tavola rotonda con tour operator, compagnie aeree e di crociera e stampa trade.

A Milano il 24 novembre scorso i lavori si sono aperti con la presentazione degli scenari di settore e l' **andamento del Network**: l'esercizio 2014/2015 (1 novembre 2014 - 31 ottobre 2015) si è chiuso con una **crescita del 2%** sia per il segmento leisure che corporate. Un risultato giudicato molto soddisfacente considerata l'instabilità della stagione e la dimensione consolidata dei volumi di Welcome Travel Group.

Nel mese di ottobre Welcome Travel ha realizzato inoltre un'**indagine di mercato** per analizzare i punti di forza e le aree di miglioramento del business delle Agenzie affiliate e il loro rapporto con il Network attraverso un questionario online compilato da 320 agenzie distribuite tra nord, centro e sud italia.

Alle agenzie è stato chiesto quali sono i **fattori chiave per il successo di un'adv** rapportandolo allo scenario odierno e a quello futuro. Il 70% degli agenti ha risposto che oggi il vantaggio competitivo principale consiste nella conoscenza delle destinazioni e dei prodotti. Per gli anni a venire il 47% continua a considerarlo un fattore chiave ma vengono reputati più importanti la Gestione della comunicazione e della promozione (59%) e la conoscenza degli strumenti tecnologici (53%).

La tecnologia è anche al centro degli ultimi **investimenti delle agenzie**: il 52% degli agenti Welcome dichiara di di aver puntato negli ultimi due anni sull'aggiornamento dei sistemi tecnologici per migliorare i risultati mentre il 41% ha fatto affidamento sulla formazione del personale. Tra le tendenza future la formazione del personale sale al 51%, e sale alla ribalta il tema del rinnovo e della ristrutturazione dei locali, indicato dal 48% del campione. Curiosamente solo il 24% degli intervistati assicura che continuerà a investire in tecnologia anche in futuro. Un dato che lascia perplessi se

confrontato con il 53% che reputa un fattore chiave la conoscenza degli strumenti tecnologici.
Alla domanda su quali saranno le **priorità di azione nei prossimi due anni** il 75% ha risposto che sarà la ricerca di nuovi mercati e nuovi clienti, mentre la seconda priorità, dichiarata dal 51%, sarà quella di ricorrere maggiormente alla tecnologia.
Sembrerebbe dunque che gli agenti di viaggio considerano la tecnologia importante, intendono certamente utilizzarla, ma alcuni pensano anche di averci investito già abbastanza.
Una cosa invece certa è che in un sistema dove le nuove tecnologie assumono una posizione strategica, un ruolo chiave è affidato alla comunicazione digitale.
In questo contesto, Welcome Travel ha riconfermato la propria attenzione al tema presentando i **servizi e gli strumenti di comunicazione 2016** con il supporto di contributi video e il commento di **Giuseppe Mayer** – direttore generale di Ambito5/Saatchi & Saatchi Network e autore del libro “Dallo Spot al Post”, presentato nel corso della giornata.
Tra i **servizi di comunicazione digitale** per gli affiliati Welcome ci sono newsletter personalizzate da inviare ai propri clienti (30 invii all'anno), post periodici sui social media da riutilizzare sui propri canali, la gestione online delle liste nozze, la possibilità di avere un sito web vetrina brandizzato Welcome travel e il nuovo sito www.vacanzewelcometravel.it, costruito attorno al motore di ricerca per pacchetti vacanza WelGo e diviso nelle sezioni video, destinazioni e offerte per comunicare le opportunità di viaggio con le agenzie.