Agenti di viaggio e utilizzo dei social media: l'indagine di webitmag

Nei giorni scorsi Webitmag ha intervistato 150 agenti di viaggio sul loro utilizzo degli strumenti online e ha illustrato oggi i risultati nel corso dell'evento **Travel Agents Trend** con Domenico Palladino, direttore della testata, e Davide Valpreda di TravelAdvisor, studio di consulenza per agenzie viaggi.
1Tra i dati presentati risulta che oltre il 75% delle agenzie ha un sito web e quasi il 15% è intenzionata a crearne uno. Oltre il 50% delle agenzie di viaggi lo utilizza come strumento di vendita e solo l'11% pensa che non potrà mai servire per vendere viaggi.
Il problema in alcuni casi è il prodotto: "I nostri sono tour culturali per gruppi - ci racconta **Sergio Zanardi** di Terrebrutie TO - un prodotto poco vendibile via web. Il web è più adatto a individuali".
utiSecondo **Elisa** di Tkt Viaggi "Il mercato ci impone di stare a passo con i tempi anche se il lavoro di agente di viaggi è sempre stato sinonimo di professionalità nell' organizzazione di viaggi e vacanze. Tutto ciò che si trova sul web è ben lontano da tutto quello che un professionista può fornire ai propri clienti".
Tra i social media utilizzati per veicolare le proposte plebisicito per Facebook usato dal 95% dei rispondenti. Non sorprende il secondo posto di Whatsapp mentre più a sorpresa si piazza terzo Google Plus, probabilmente trainato dai benefici di Google Maps e Google My Business.
3
4"Credo che la visibilità on line sia il futuro - ci spiega **Beatrice Gazzini** di Bice Viaggi - anche per le piccole realtà come la mia. Senza contare poi il fatto che essere conosciuti "nella rete" e' l'unica possibilità per poter lavorare con incoming"
Quasi un agente di viaggio su due ha già provato a realizzare campagne online ma il budget di spesa non è elevatissimo: il 42% si attesta sotto i 500 euro annui. Nel valutare i ritorni degli investimenti realizzati solo il 22% degli intervistati lo ha giudicato negativo e meno del 12% investirebbe di meno in social media nel 2016. La stessa quota che dichiara di non guadagnare nulla dal canale online. Più rilevante notare che un'agenzia su tre fa online tra il 10 e il 20% del fatturato.
"Speriamo di avere un ritorno maggiore quest''anno, perchè pensiamo che il web possa essere sfruttato a nostro vantaggio e non sempre ci tolga lavoro, se consideriamo che abbiamo clienti acquisiti sul web che non conosciamo e che ormai sono fidelizzati da diversi anni", ci spiega **Cinzia Gianni** di GTTravel

Per scaricare i dati completi della ricerca trovate a questo link la presentazione con le case history proposte: https://goo.gl/HzSIQP