Hoteplan e Turisanda: un roadshow in 20 tappe per spiegare il nuovo corso alle agenzie

Ha preso il via lo scorso 21 novembre il **roadshow di 20 tappe** che porterà **Hotelplan e Turisanda** a incontrare il mercato trade. Il tour percorrerà l'Italia da nord a sud, con una sosta anche nel Canton Ticino. Con l’avvio del nuovo corso e il lancio della nuova programmazione Turisanda, il management del TO, ritiene infatti importante incontrare direttamente sul territorio le agenzie di viaggio per raccontare la nuova fase di sviluppo, presentare le importanti novità di prodotto della prossima stagione e i punti di forza della programmazione. "Quello che si prospetta è un roadshow ricco di contenuti e di informazioni, ma anche di viva partecipazione e interesse da parte degli agenti di viaggio", afferma **Lorenzo Marchetti, responsabile vendite Hotelplan Turisanda**. Dopo una tappa a Parma a metà novembre il tour è stato inaugurato ufficialmente con un appuntamento a Milano, per poi giungere a Bologna.

Gli incontri, organizzati in collaborazione con i principali partner di Hotelplan e Turisanda, si apriranno con un’introduzione istituzionale, volta a trasmettere le linee guida sulle quali si consolida il nuovo corso intrapreso dai brand, e le politiche di crescita e di sviluppo promosse grazie all’ingresso in Eden Viaggi. Si proseguirà quindi con un focus dedicato al rilancio di Turisanda, e alla nascita di due linee di prodotto, I Turisanda Club e i Turisanda Resort. I partecipanti potranno inoltre scoprire gli strumenti per finalizzare velocemente la vendita, e il layout del nuovo sito, online da qualche giorno. Anche per Hotelplan saranno tante le novità illustrate nel corso di ogni tappa, a partire dall’uscita dei nuovi cataloghi prevista per l’inizio di dicembre, l’ingresso di nuovi tour e tour tematici, l’inserimento di nuove strutture e l’ampliamento della programmazione sulle Maldive. "Continuiamo a investire sulla formazione per fornire alle agenzie gli strumenti necessari per conoscere al meglio e vendere facilmente i nostri prodotti - aggiunge Marchetti - e per consolidare il rapporto sinergico basato sulla fiducia e sul dialogo che siamo riusciti a creare nel tempo con impegno e determinazione".