Karambola Dinamika, dopo l'Oriente ecco gli Stati Uniti: il tailor made a misura di Millennials

Low budget sì, ma senza rinunce, anche per visitare paesi lontani, lontanissimi. Ecco la filosofia che sta alla base di **Karambola Dinamika**, la nuova linea di prodotto che abbina voli di linea e viaggi tailor made a prezzi contenuti. "Abbiamo combinato diverse nostre competenze nella creazione di Dinamika" spiega **Angela Mastromauro**, Brand Manager Karambola. "Con il gruppo Alpitour abbiamo sempre fatto lungo raggio su misura, attraverso **Viaggidea**. Un prodotto, però, di alto profilo. Abbiamo deciso di allargare il bacino di utenza anche al mid market, grazie all'opportunità di lavorare con i colleghi di Viaggidea e con i loro fornitori. In virtù di questa sinergia sono nate proposte low cost, ma ricche di contenuti e servizi come, ad esempio, le visite della città in **bici** o **segway**, i trasferimenti collettivi in supershuttle ed escursioni originali".
Il primo catalogo della collezione Karambola Dinamika è stato **Oriente**, che ha avuto un ottimo riscontro nelle agenzie di viaggi. "Abbiamo appena concluso un roadshow che ci ha portato a incontrare circa 1.500 agenti di viaggi in tutta Italia, un successo. Le agenzie hanno accolto benissimo questo progetto: sanno di poter contare sul nostro costante supporto. Tra le mete più gettonate del catalogo, spicca sicuramente la **Thailandia**, che quest'anno sta vivendo una nuova giovinezza" aggiunge Mastromauro.
karambola-dinamika-cover-stati-uniti
Dall'inizio di dicembre è in distribuzione il catalogo **Stati Uniti** ed entro la fine dell'anno vedranno la luce anche Africa Australe ed Australia. "Gli **States** sono da sempre il sogno della maggior parte dei viaggiatori. Con questo catalogo siamo in grado di soddisfare le esigenze più diverse. E, per ispirare i clienti, abbiamo adottato come fil rouge la musica. Una **playlist** dedicata accompagna alla scoperta delle varie mete. Il catalogo include **10 tour in italiano nei parchi del West**: si tratta di itinerari che comprendono la mezza pensione. Ma abbiamo anche tour multilingue in B&B, a un prezzo ancor più competitivo, che si snodano in tutte le aree di maggior interesse, dai Grandi Parchi alla California e alla Florida. E poi un'infinità di combinazioni fly&drive, che prevedono dalla mitica Route 66 alla Highway n.1 in California, dal Triangolo dell'Est al New England, solo per fare qualche esempio. Ancora, proponiamo tutte le maggiori città con un'offerta di strutture ricettive a 3 e 4 stelle. Riusciamo a garantire un ottimo rapporto qualità/prezzo".

Il target di riferimento si conferma quello di Karambola, ovvero il vasto pubblico di giovani, sia per l'anagrafe sia per lo spirito. Dice Mastromauro: "Noi vogliamo portare soprattutto i **Millennials** in agenzia di viaggi, un mercato prioritario per l'intero mondo del turismo. Per questo abbiamo delle promozioni dedicate agli Under 30 e ai piccoli gruppi di 5 amici. Ma ci stanno dando molte soddisfazioni anche i viaggi di nozze: noi riconosciamo vantaggi e benefit a tutti gli sposi, compresi quelli delle unioni civili certificate. Nel catalogo Stati Uniti, ad esempio, piacciono i combinati che abbinano un tour a una vacanza mare ai Caraibi. E lo stesso accadrà per Australia e Africa Australe, i due cataloghi in uscita".
Per quanto riguarda la distribuzione, Angela Mastromauro non ha dubbi: "La nostra rete preferenziale rimane quella agenziale.Il nostro è un prodotto da costruire e, quindi, da spiegare. Per questo riteniamo fondamentale la consulenza degli agenti di viaggi".