Il progetto astuto di Welcome Travel per far entrare i Millennials in agenzia di viaggi

Tra le novità presentate in questi giorni da **Welcome Travel Group** alle proprie agenzie viaggi ce n'è una che è passata un po' sotto silenzio perché non riguarda direttamente il mondo del travel. Si tratta di una proposta di diversificazione dell'attività con lo scopo di portare molti più potenziali clienti a varcare la soglia del punto vendita.
E non saranno clienti qualunque perché parliamo proprio di quella fascia di pubblico, composta in gran parte da under 35, che utilizza principalmente il web per i propri acquisti.
Un'idea che appare molto astuta, machiavellica fin dal suo concepimento, e che potrebbe portare interessanti vantaggi a chi avrà il tempo e le risorse per sfruttarla, oltre che rappresentare un'aggiuntiva fonte di revenue per il dettagliante.
Ecco di cosa di tratta: le agenzie Welcome potranno diventare dei **punti di ritiro e spedizione DHL**, a fronte di una commissione percentuale sul valore della merce spedita o da consegnare, grazie a un accordo che l'operatore internazionale della logistica ha chiesto in maniera specifica a Welcome Travel Group in ragione della visibilità e riconoscibilità della sua insegna.
La ratio di questa opportunità è ben spiegata dall'amministratore delegato di Welcome Travel **Adriano Apicella**: "Stiamo lavorando per aumentare la pedonabilità dei punti vendita e siamo stati scelti da DHL, in virtù delle 600 agenzie che hanno un'insegna Welcome Travel, per far diventare l'agenzia anche un **DHL Point**. E' una partnership che ci è piaciuta dall'inizio: DHL è un fornitore che si rivolge a una clientela premium che sicuramente potrà trovare altre opportunità interessanti all'interno dell'agenzia. Il cliente potrà scegliere l'agenzia Welcome per la spedizione e il ritiro di un pacco, ma soprattutto l'agente Welcome potrà proporre servizi aggiuntivi alla semplice spedizione. E' un'opportunità interessante anche in virtù del fatto che DHL è uno dei principali corrieri utilizzati da Amazon. Quindi chi è abituato a comprare su questa piattaforma di e-commerce, e in gran parte sappiamo che sono Millennials, potranno scoprire l'offerta di Welcome Travel".
Starà poi alla bravura dell'agente di viaggi far sì che il cliente di e-commerce si trasformi in cliente di viaggi, ma è senz'altro un'opportunità che sarebbe più difficile da ottenere senza il contatto visivo.