Le tre risposte degli agenti di viaggio alla rivoluzione digitale

Molti pensano che l’avvento delle app e delle piattaforme digitali per la prenotazione di viaggi abbia portato la tradizionale figura dell’agente in una crisi senza speranze. Se questo può essere vero per quegli **agenti di viaggio** che non hanno cambiato il proprio modo di lavorare, da una ricerca di CornerJob, app di ricerca di opportunità di lavoro, emerge che molti agenti di viaggio hanno risposto con successo a questi cambiamenti e che per affrontare la sfida digitale si sono evoluti secondo tre direttrici:

1 - La consulenza

Laddove ormai organizzare un soggiorno a Londra o a New York è un gioco da ragazzi, la pianificazione di un viaggio verso mete meno massificate è molto diversa. Infatti, in questo caso, le persone cercano ancora le competenze dell’agente, sia per questioni di sicurezza (soprattutto in certe aree), sia per questioni di organizzazione, comfort e risoluzione di eventuali problemi.

2 - La specializzazione

Una parte degli agenti si è specializzata in un particolare settore. Ad esempio, alcuni si propongono come esperti dei Paesi dell’ex Unione Sovietica, offrendo itinerari su misura rispetto alle esigenze del cliente e mettendo anche a disposizione guide e rete di contatti locali. Altri, soprattutto immigrati, hanno aperto microstrutture dedicate ai loro connazionali (soprattutto cinesi, sudamericani ed est europei) agevolati dal fatto che parlano la stessa lingua.

3 - Lo sviluppo di nicchie di mercato

Dal turismo d’affari, ai viaggi legati alle cerimonie (viaggi di nozze, anniversari ecc.), per poi continuare con il turismo religioso e quello dedicato alla terza età. Stiamo parlando di una platea di “viaggiatori” che in Italia ha dimensioni considerevoli e che, se non altro per questioni di comodità, mai rinuncerebbe al contatto diretto e fisico con l’agenzia.