Welcome Travel riscopre la carta: un nuovo catalogo ogni due mesi

Non è un abbandono della strategia digitale intrapresa negli ultimi due anni ma sicuramente è il frutto di una forte riflessione sul giusto mix di strumenti promozionali da utilizzare in un settore come quello dei viaggi che si divide a metà tra il mondo di chi cerca le vacanze online e tra chi preferisce i vecchi metodi di una volta: **Welcome Travel** ha così deciso di rafforzare la produzione degli strumenti di vendita cartacei per affiancare le attività digitali.

Le pubblicazioni di cataloghi passano dunque da due a ben sei edizioni con un impegno che sale a 600mila copie distribuite nell'arco dell'anno, contro le 240mila dello scorso esercizio. Un catalogo ogni due mesi, 100mila copie per ogni catalogo: considerando che le agenzie del gruppo sono poco più di 1000, ognuna di loro deve prepararsi a ricevere una media di 50 cataloghi al mese e 600 in un anno solo da Welcome Travel.

"Il Catalogo promozionale è uno degli strumenti più efficaci tra quelli che mettiamo al servizio delle Agenzie a supporto delle loro vendite – dichiara **Adriano Apicella**, Amministratore Delegato Welcome Travel –. Quest'anno abbiamo deciso di investire in maniera importante sul format cartaceo, che affianca il motore di ricercaWELGo! sul web delle Agenzie, perché non tutti i Clienti sono pronti alla totale digitalizzazione".

Primo in calendario, e già in distribuzione, il promozionale dedicato alle partenze da gennaio ad aprile, seguirà l'edizione completamente dedicata alle Crociere e la Brochure Sposi, legata all'omonima campagna, per le partenze da aprile a ottobre, mesi che per il Network coprono l'80% dei viaggi di nozze dell'anno.

Infine, da febbraio in poi, altre tre pubblicazioni generaliste per supportare le partenze dell'estate. Ogni promozionale raccoglie una selezione di offerte dei migliori Tour Operator e Crocieristi con un'ampia gamma di soluzioni di viaggio; novità di quest'anno: le quote pubblicate sono finite e inclusive di tutti gli oneri obbligatori (quote di iscrizione, tasse e supplementi).

"La scelta del Network – puntualizza Apicella – è stata di impostare tutta la comunicazione esterna, inclusi i promozionali cartacei, con indicazione di un prezzo finito che corrisponde a quanto il Cliente pagherà in Agenzia, senza sorprese".

Una feature interessante dei cataloghi è che possono essere personalizzati: Welcome Travel offre questo servizio che prevede, oltre alla stampa del logo dell’Agenzia sulla prima e quarta di copertina, anche la presenza di fotografie del punto vendita e degli Agenti di Viaggio che ci lavorano, oltre ad un testo redatto dall’Agenzia stessa.