Al via il We play together 2018, la convention di Welcome Travel

Si sono aperti oggi a Milano i lavori della prima giornata del **WE PLAY TOGETHER**, l'appuntamento nazionale che **Welcome Travel** dedica all'incontro con le agenzie del network: l'evento è iniziato con la presentazione degli scenari di settore da parte dell'amministratore delegato Adriano Apicella, visibilmente soddisfatto dei dati che vedono una crescita delle vendite con un +12% in ambito leisure e un +8% di BSP, con un volume d'affari complessivo in valore assoluto di 1 miliardo e 180 milioni di euro.

«Il 2017 è stato un ottimo anno, di decisa discontinuità col passato – dichiara **Adriano Apicella**, - Dal 2009 al 2017 l'industria turistica ha visto chiudere 5.000 Agenzie di Viaggio con una perdita di 2 miliardi e 300 milioni del volume d'affari leisure. In questo scenario, Welcome Travel è cresciuta arrivando a rappresentare il 13% del panorama agenziale italiano rispetto al 7% del 2009, mentre il market share sui volumi di vendite è passato dal 9% al 19%. Abbiamo saputo cavalcare il cambiamento, "contenere i danni" e modernizzare le nostre aziende mettendole al passo con i tempi – puntualizza Apicella. Grazie agli investimenti effettuati, oggi godiamo di un vantaggio competitivo che dobbiamo saper conservare».

In questo contesto, Welcome Travel ha confermato buone performance che lasciano presagire una crescita anche per il futuro: "Crescere è il nostro obiettivo - prosegue Apicella - ma non abbiamo ambizioni numeriche, ci interessa più un percorso di qualità".

La sensazione, palpabile, tra gli agenti Welcome è quella di un ritorno dei clienti in agenzia supportato dall' advance booking, che sta caratterizzando anche i primi mesi del nuovo anno commerciale. Presagi che il network vuole supportare attraverso adeguate attività di marketing e comunicazione on&off line.

Tra le varie novità presentate agli agenti c'è infatti **WE Promo**, uno strumento digitale in esclusiva sul mercato della distribuzione organizzata che permette alle Agenzie affiliate di creare tutti i contenuti di marketing per le attività di comunicazione tradizionale e in ambito social.

Rafforzati anche gli investimenti sul programma di formazione attivato a favore di chi, ogni giorno, opera sul campo e richiede di aggiornare le proprie conoscenze e acquisire nuove competenze. L'attività del Network si basa su 5 format precisi: WE Learn (Social Media

Marketing), WE Training (Strumenti di Comunicazione e Marketing), WE Focus (Meeting di approfondimento con Adv), Webinar (Appuntamenti settimanali con i fornitori partner) e WE Play in (Fam Trip esclusivi).
Tra le novità per gli agenti molti upgrade tecnologici: nuovo format del sito che prevede di poter scegliere tra tre template diversi in base alla propria focalizzazione, nuovo motore di ricerca delle agenzie sul sito Welcome Travel più semplice da usare e responsive perchè basato su Google Maps, nuovo digital signage in agenzia con schermo ancora più luminoso e basato su sistema operativo Android e sforzi per rendere ancora più efficace il sistema di preventivazione online.
Sforzi fatti tutti con lo stesso obiettivo: convertire il maggior numero di clienti verso una visita in agenzia: "I dati sulle conversioni non sono ancora soddisfacenti - spiega Apicella - ma da Google Analytics abbiamo dati potenziali che ci dicono che in un anno 12mila utenti hanno cercato l'agenzia più vicina e 21000 utenti hanno richiesto oltre 40mila preventivi: numeri su cui si può lavorare per far arrivare più persone possibili in agenzia"