Geo cambia pelle e trasforma le agenzie in Ota con prenotazione e pagamento online

"CambiaMente" è stata la parola d'ordine della Convention 2018 di **Geo Travel Network**, kermesse nazionale che ha riunito in Puglia, al Riva Marina Resort di Carovigno, 600 agenzie da tutte Italia sulle 1800 complessive del gruppo.

Una parola d'ordine che è stata coniugata sia nelle intenzioni, con un palinsesto di interventi studiato per cambiare la prospettiva con cui gli agenti di viaggio approcciano il proprio lavoro, che nei fatti, con innovazioni che danno una svolta alle politiche distributive del gruppo.

Sono infatti ben 6 le **novità tecnologiche** che Geo mette a disposizione delle proprie agenzie: un'app che permette di presentare via mobile al cliente il proprio programma di viaggio, una chat live per la customer care, una newsletter consumer con proposte di viaggio inviata con il logo dell'agenzia ai propri clienti, la gestione della pagina Facebook dell'agenzia con contenuti personalizzati, il Cerca Proposte che permette di trovare l'offerta ideale impostando una serie di filtri e, infine, quella che valorizza tutte le precedenti: la **funzionalità di e-commerce** che permetterà al cliente di finalizzare prenotazione e pagamento direttamente dal sito web dell'agenzia. Una funzione che rende il dettagliante una piccola Ota e che permette a tutti i canali di vendita, da Facebook, alla newsletter, alla app, di convertire direttamente un visitatore in un cliente.

Un'innovazione importante con cui Geo anticipa gli altri network: è infatti il primo che alle dichiarazioni di andarsi a riprendere i clienti fuggiti sul web fa seguire i fatti dando agli affiliati il servizio che mancava. Diversi altri operatori infatti, preferiscono ancora oggi finalizzare tutta l'attività online solo all'ottenere visite in agenzia.

Geo va oltre e, come il camaleonte simbolo della convention, cambia pelle entrando di prepotenza nel mondo digitale. "Oltre ad andare incontro ai desideri delle agenzie, abbiamo pensato di anticiparle: nessuno mi aveva chiesto queste novità - spiega l'amministratore delegato di Geo, **Luca Caraffini**. - Le agenzie devono fare lo stesso con i propri clienti"

Una visione che ricorda Henry Ford quando diceva: "Se avessi chiesto alla gente cosa voleva, mi avrebbe detto cavalli più veloci".

L'obiettivo è la crescita e il primo quadrimestre 2018 sembra di buon auspicio con il+18% rispetto all'anno precedente dei volumi totali dei fornitori a contratto e +7% rispetto al 2017 di fatturato

biglietteria aerea.
Oltre 100 le nuove agenzie Geo dall'inizio dell'anno che ha portato a 1797 il numero totale di cui 1300 Geo e circa 500 network partner.
"Pensiamo di chiudere l'anno a circa 1850 agenzie - prosegue Caraffini - che per noi è una dimensione massima visto anche il trend di diminuzione delle agenzie viaggio che oggi sono circa 8000. Io vedo il punto di equilibrio a circa 6500".
Concorda sulla visione il direttore commerciale di Geo, **Dante Colitta**: "E' importante che le agenzie escano dal mood polemico che le vede spesso lamentarsi di chi prende scorciatoie per portar via loro dei clienti. Innovazioni come queste, così come la piena rispondenza alle direttive europee su pacchetti turistici e privacy serviranno a tracciare un solco tra chi lavora bene e gli abusivi".