Geo Travel Network, la convention del "Ritorno al Futuro" e del 6-0 6-0

Si è conclusa il 26 maggio al VOI Tanka Resort di Villasimius la convention annuale di **GEO Travel Network**, insegna che raccoglie 1700 agenzie viaggi di cui 600 presenti all'evento sardo. E' stato un momento coinvolgente e formativo per i partecipanti, focalizzato più sui contenuti che sull'autocelebrazione, per dare alla propria forza vendita gli strumenti per entrare nel futuro. **#Backtothefuture** è stato infatti il tema della manifestazione che ha fornito sia sul main stage che in eventi di formazione dedicati tutta una serie di input su dove sta andando il mercato, vale a dire la selezione naturale e l'impatto sempre più determinante di dati e tecnologia. Molto apprezzati in questo senso gli interventi di Microsoft e Google che hanno fornito il polso del mercato, da standing ovation quello del professore della Bocconi Carlo Alberto Carnevale Maffè che ha scaldato la platea e indicato la via per recuperare il rapporto con il cliente. 9 gli aspetti su cui lavorare per prepararsi al futuro elencati dal direttore commerciale **Dante Colitta**, che ha condotto la convention: Crm intelligente e dati, Marketing, Presenza corrette sul web, Assistenza, Passare da servizio a esperienza di acquisto, Relazione permanente con il cliente, Utilizzo dei social, Flessibilità e Specializzazione.



Buoni i risultati del gruppo comunicati dal CEO **Luca Caraffini**: +17,50% ad aprile 2019 per il leisure nel suo complesso con i segmenti Linea e Crociere che fanno segnare anche +21%. Sono invece 700 le agenzie che utilizzano gli strumenti social di GEO: gli agenti danno al network i permessi di usare le proprie pagine social permettendo cos' di pubblicare una programmazione variegata di offerte e contenuti di ispirazione per il proprio pubblico. C'è invece ancora un po' di diffidenza nel mettere a sistema i propri dati: solo 450 agenzie hanno aderito alla piattaforma CRM. "Quello che vogliamo far capire alle agenzie - ha spiegato Caraffini - è che i dati forniti rimangono di loro proprietà e che inserendoli nella nostra piattaforma è possibile compiere azioni automatiche come fare gli auguri di compleanno, ricordare la scadenza del passaporto e inviare offerte personalizzate, migliorando la relazione con il cliente. Relazione che parte dal punto vendita in cui bisogna eliminare le barriere ed essere più ospitali. Mi chiedo ad esempio quante agenzie offrono un caffè al cliente quando si siede". A parte il tempo inclemente la convention è stata un successo, tanto da essere definita da **Pier Ezhaya**, COO dell'azionista Alpitour, una spanna sopra tutte le altre convention. "Nel confronto Geo vince 6-0 6-0", ha dichiarato.