Gattinoni Mondo di Vacanze a Bit: "siamo un gruppo turistico a 360°". Sempre più strumenti per le agenzie

Ulteriori implementazioni tecnologiche, nuovo sito, liste nozze e regali davvero per tutti e un numero di agenzie in continua crescita, anche se sempre nel segno della qualità. Così Gattinoni si presenta a #Bit2017, dove è presente con un stand hi-tech, per ribadire la propria trasformazione a Gruppo Turistico a 360°. In particolare, la fiera è l'occasione per la divisione network del gruppo, **Gattinoni Mondo di Vacanze,** di incontrare le agenzie di viaggio, i fornitori e la stampa e presentare in anteprima alcune **novità, specialmente in ambito tecnologico.** Alla base di tutto c'è sempre la volontà di offrire strumenti e servizi ai clienti e alle agenzie del network, attrarre e indirizzare il consumatore privato verso di loro. Nei prossimi giorni sarà messa online una prima release del **nuovo sito** **www.gattinonimondodivacanze.it**. Il sito si rivolge ai viaggiatori, ed è completamente responsive, adatto a ogni browser e ogni sistema operativo. Si presenta come una vetrina dalle immagini d'appeal e dalla navigazione semplificata: Travel Experience (i viaggi a tema o su misura), Vacanze (i pacchetti soggiorni con volo), Hotel/Appartamenti (per viaggi da comporre) e Crociere. Seguirà in autunno la sezione Tour. L'interfaccia grafica è estremamente friendly, la funzionalità di ricerca semplice ed efficiente. Una componente inedita e apprezzabile è la chat: se un utente si collega e necessita di informazioni, può avere in tempo reale il contatto dell'agenzia Gattinoni Mondo di Vacanze più vicina, dove rivolgersi per domande e/o finalizzare la prenotazione. Le agenzie inoltre potranno decidere se attivare una propria chat collegata.

È in arrivo anche una **nuova edizione della White Label**, l'applicazione realizzata da Gattinoni Mondo di Vacanze che crea un sito web aggiornato, completamente personalizzabile dalla singola agenzia con proprio logo e propri colori. La struttura e le funzioni sono già create e collaudate dal network, l'agenzia risparmia tempo e costi e si trova uno strumento pronto per il web. Novità importanti anche per le **Liste Nozze**: con un'interfaccia per gli sposi e per gli ospiti, vi si accede registrandosi o scrivendo il nome dello sposo o della sposa. Soprattuto, Gattinoni Mondo di Vacanze **sarà il primo in Italia** a estendere le liste alle **Unioni Civili**. Il sistema è già completamente predisposto per attuare questa modalità che rispecchia l'evoluzione della società. Anche in questo

caso parenti e amici possono consultare la lista ed effettuare il proprio regalo, online o tramite l'agenzia del network più comoda. Altra novità riguarda le **Liste Regalo**: il format è il medesimo, vale per chi desidera come regalo un viaggio o un'esperienza, in occasione di un compleanno, una laurea, un anniversario importante o un evento privato. L'utilizzo di tutte queste liste è completamente gratuito per le agenzie affiliate. L'unica opzione che si può aggiungere a pagamento è una **versione premium** , che consiste nel creare un vero e proprio "sito" del matrimonio. Si tratta di un servizio in più che l'agenzia può scegliere di volta in volta se fornire/omaggiare ai propri clienti. La versione consente di caricare immagini personalizzate della coppia, informazioni sulla cerimonia e il ricevimento, i testimoni e una gallery del matrimonio o del viaggio di nozze. Ulteriore novità in ambito tecnologico e digital è il potenziamento dell'**area social con l'apertura del canale Instagram**. In sede è stata inserita la figura di un social media manager che cura la strategia digitale e i canali Instagram e Facebook. L'ottica è di creare un "cruscotto di gestione" per pianificare e pubblicare la comunicazione delle agenzie partner. Si creeranno contenuti non commerciali per suscitare engagement negli utenti, fornendo alle agenzie temi pronti per essere utilizzati nei propri canali senza dispendio di energie.
Commenta **Isabella Maggi, Direttore Marketing e Comunicazione**: "Tutti questi nuovi servizi che stiamo lanciando saranno messi a disposizione di tutti i punti vendita del Network. Li abbiamo studiati e realizzati per permettere alle Agenzie di comunicare verso i propri clienti, oggi indispensabile, senza dispendio di troppo tempo e senza obbligarli a essere "creativi". Riteniamo che questo nostro lavoro di innovazione tecnologica, investimenti e preparazione di strumenti e servizi pronti all'uso delle agenzie di viaggio sia uno dei principali valori aggiunti di far parte del network Gattinoni Mondo di Vacanze". L'incontro per il lanciò delle principali novità tecnologiche è stata anche l'occasione per parlare di andamento del network. Il **direttore Generale Gattinoni Mondo di Vacanze, Sergio Testi** ha illustrato le positive performance e la crescita del network: "Ci siamo trasformati da network a gruppo turistico a 360° e prevediamo per i prossimi 18 mesi importanti investimenti per ampliare il nostro mercato di riferimento e per garantire alle agenzie partner di Gattinoni Mondo di Vacanze, attraverso un'offerta sempre più ampia e completa, di poter acquisire importanti quote di mercato. Gli investimenti saranno finalizzati a offrire strumenti tecnologici sempre più innovativi e un'offerta di prodotto sempre più amplia con l'obiettivo di soddisfare la domanda di un mercato in continua trasformazione. Puntiamo a garantire ai nostri affiliati maggiore forza in termini di offerta e di competitività, affinché possano promuovere e ottimizzare la loro comunicazione verso i consumatori finali." La quota di mercato realizzata insieme a fornitori top e preferenziali registra, infatti, un risultato superiore a quello fatto dai tour operator sul mercato. E sono stati annunciati **nuovi accordi con i tour operator**. Per evidenziare innovazione e sviluppo è stato presentato il potenziamento della piattaforma Passepartout e una **capacità complessiva del prodotto** a disposizione delle agenzie del network **raddoppiata rispetto al 2016**, grazie alla nuova linea Travel Experience, al potenziamento dei prodotti Selected e di quelli inseriti in DPack.

Oltre alla volontà di offrire alle agenzie prodotti sempre meno standardizzati e allotment garantiti, c'è quella di porle in una **condizione di competitività** sul mercato. Partnership con catene alberghiere e DMC per prezzi e commissioni sempre più interessanti; iniziative promozionali nel corso dell'anno, quali Spring Days e Summer Days che invogliano le persone ad andare in agenzia; azioni promozionali, talvolta in esclusiva, con alcuni fornitori.

Conclude Antonella Ferrari, direttore agenzie partner: "Il nostro lavoro sul territorio è quello di ascoltare le esigenze dei nostri affiliati - arrivati a quota 870 - e cercare di sostenerli e supportarli nel lavoro di tutti i giorni, sia a livello commerciale, di accordi e sia a livello di marketing e comunicazione. In quest'ottica abbiamo lavorato per mesi e ora abbiamo messo in campo tutte le novità che stiamo presentando in queste settimane. Ma il nostro lavoro non si ferma, guardiamo avanti, e abbiamo in cantiere molte altre iniziative che sveleremo nel corso del 2017".