Studio Gfk: l'agenzia viaggi piace più ai Millennials che ai 40-50enni

Ritorno di fiamma per le agenzie viaggi tra i turisti più giovani: secondo uno studio realizzato da **GfK** in UK, sono proprio questi i più propensi ad andare in agenzia durante il processo di acquisto della vacanza.



Nonostante la crescita costante dell’online molti analisti sono concordi nell’affermare che il negozio fisico – inteso come luogo dove è possibile guardare e toccare i prodotti prima di comprarli e ricevere consigli da un esperto – non è affatto finito, anche nel settore dei servizi.

Secondo quanto emerge da una ricerca effettuata da GfK nel Regno Unito, la tendenza è confermata per il settore Travel. Interrogati sulle fonti normalmente utilizzate per decidere il tipo di vacanza da intraprendere, infatti, il 20% degli intervistati ha citato l’agenzia di viaggio.

E' bene partire anche da questo dato di fatto prima di giungere a conclusioni affrettate: **l'80% dei consumatori UK non considera più l'agenzia viaggi nelle proprie scelte d'acquisto**, segno che la prenotazione online resta comunque una consuetudine consolidata oltreManica. Inoltre, considerare l'agenzia tra i canali d'acquisto non significa concludere necessariamente lì la prenotazione.

Detto questo è curioso rilevare come la percentuale di chi cita l’agenzia tra i canali utilizzati sia decisamente più alta (25%) tra i **Millennials** (25-34 anni) rispetto che tra le persone con un’età compresa tra i 45 e i 59 anni (11%). E' però sbagliato dire che i Millennials preferiscono le agenzie viaggi: 3 su 4 non le considerano nelle proprie scelte d'acquisto, ma il trend è interessante per capire cosa ci riserverà il futuro.

Un altro segmento che utilizza l’agenzia più della media (23%) è quello dei **Leading Edge Consumers**, una categoria di consumatori "smart" individuata da GfK, che include Early Adopter,

Influencer e consumatori Appassionati di un determinato prodotto. L'analisi dei LECs è allo stesso modo utile per individuare trend predittivi del comportamento futuro dei consumatori.
Quello che ci indica questa ricerca è che i consumatori appassionati (LECs) che si rivolgono all’agenzia di viaggio si aspettano di avere a disposizione un consulente esperto, che da una parte li aiuti a costruire la loro “vacanza su misura” e dall’altro gli semplifichi la vita (4 consumatori su 10 sono infatti pronti a pagare di più per un servizio che rende loro la vita più facile).
Per i consumatori più giovani (i Millennials, nati dal 1982 a metà degli anni '90) invece, i consulenti dell’agenzia possono essere una fonte di aiuto e consiglio per alcune destinazioni che magari non considererebbero da soli.
I risultati dello studio suggeriscono dunque che gli utenti delle agenzie di viaggio potrebbero essere diversi da quelli che ci aspettiamo e che nel futuro è possibile un ritorno in agenzia di questa fascia di clienti più esigenti.