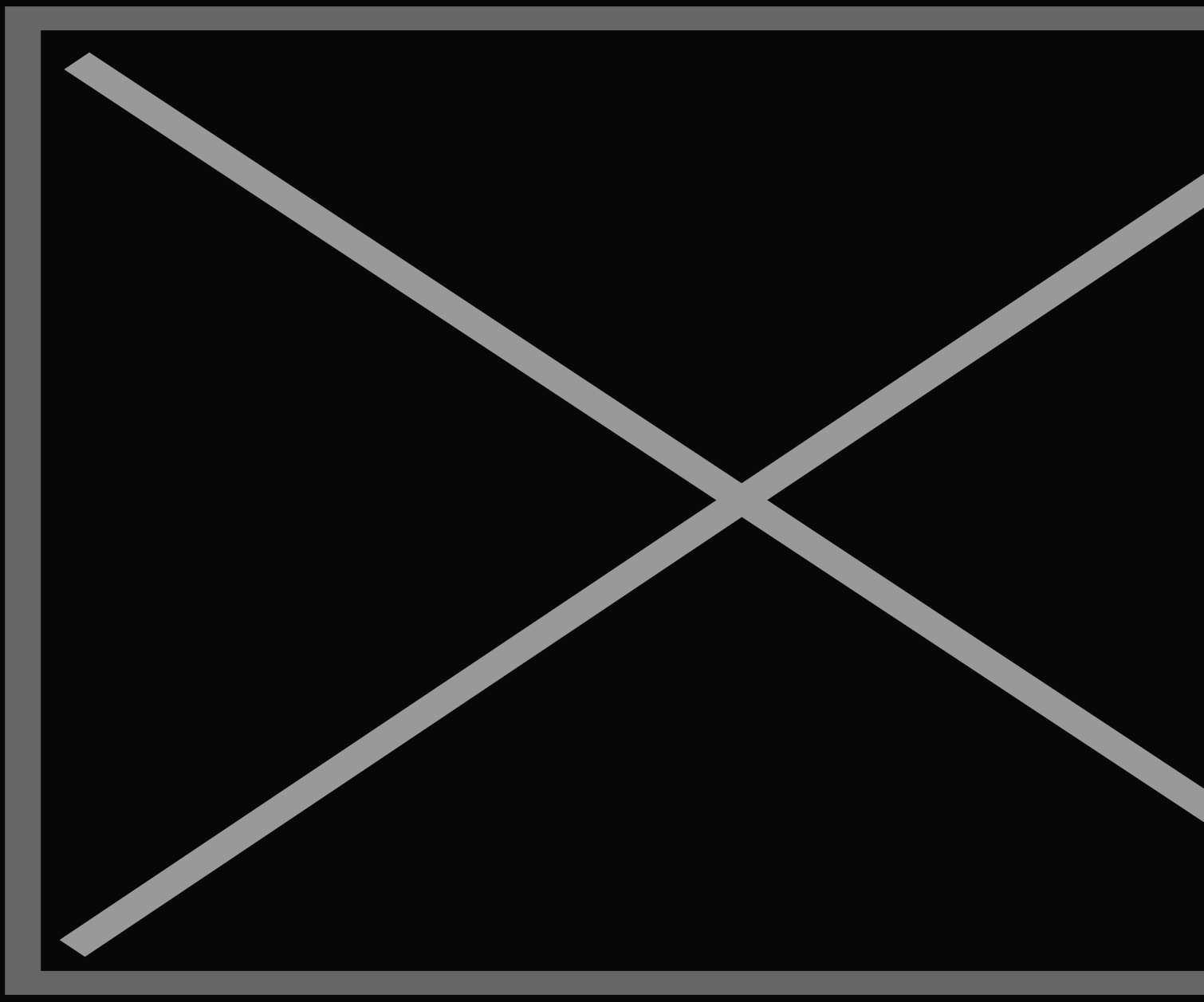
Convention 2017 di Marsupio Group: agenzie viaggi verso l'omnicanalità

Si è tenuta presso il **Valtur Garden Toscana** di San Vincenzo (Livorno) dal 29 settembre al 1° ottobre la convention 2017 del network di agenzie **Marsupio Group**, "L'agenzia di viaggio ai tempi della Quarta Rivoluzione industriale".
La prima giornata dell'evento si è aperta con un interessante spazio formativo tenuto dai consulenti fiscali, legali e assicurativi del gruppo, molto apprezzato da parte delle agenzie di viaggi presenti. Tra i quesiti sollevati dalle adv c'è stata soprattutto la nuova direttiva dell'Unione europea e le richieste di chiarimento in merito agli ambiti di responsabilità delle agenzie di viaggio nella vendita di pacchetti.



La seconda giornata è stata aperta da **Daniela Mastropasqua**, industry lead Gfk Italia, che ha presentato un'analisi in merito al comportamento d'acquisto dei consumatori che i nostri lettori affezionati conoscono bene: navigare online porta ad acquistare in negozio più che viceversa. Infatti, il 25% di chi ha visto un prodotto in negozio ha poi deciso di acquistarlo sul proprio smartphone da un altro venditore o concorrente online (showrooming), mentre ben il 41% di chi ha visto il prodotto sul proprio device mobile ha deciso poi di acquistarlo in un punto vendita fisico (webrooming).

Marsupio Group: le novità per le agenzie

Diversi sono stati i servizi dedicati alle agenzie affiliate presentati nel corso della convention e che hanno dimostrato l'impegno del network nel presidiare tutti i canali di comunicazione e contatto con il cliente: "Il nostro ruolo è quello di portare novità che servano alle adv per stare sul mercato con successo - ha commentato il presidente **Massimo Caravita** -. Non esiste una contrapposizione tra

offline e online, sono due mondi paralleli in cui ci muoviamo tutti noi consumatori. Parliamo non solo di multicanalità ma della sua evoluzione, l'omnicanalità: se l'agenzia è presente su tutti i canali può vendere su quello che preferisce".

Le novità presentate si articolano tra attività sul punto vendita e strumenti per rafforzare la presenza online delle agenzie. "Marsupio ha fatto un grosso investimento, che si aggiunge alle attività già in essere sui punti vendita, per incrementare il presidio delle adv sull'online, in particolare sui siti gratuiti per le adv, che integrano anche i widget di fornitori partner, e le attività sui social", spiega ancora Caravita.

Tra le attività sul punto vendita in evidenza Party-amo 3 events: il format di eventi all'interno del punto vendita – nato per rafforzare l'immagine di professionalità dell'adv sul territorio, fidelizzare i clienti e stimolarne di nuovi - si fa in tre in base al tema principale. Party-amo con è l'evoluzione della formula classica, dove il focus è sulla conoscenza del punto vendita; viene affiancata da Party-amo per, dove il focus è sulla destinazione individuata di volta in volta, e da Party-amo in, che punta invece sulla motivazione.

Anche per Marsupio il target sposi si conferma strategico. Con Sposiamo-Ci Marsupio Group rafforza gli investimenti a sostegno delle adv per la partecipazione ad eventi e fiere dedicate, ma anche con **siti ad hoc per liste nozze (Sposiamo-ci) ed eventi (Festeggiamo-ci)** e la nuova release della lista nozze proprietaria.

La nuova stagione di Marsupio Group si apre quindi con una solida base di conferme e novità di servizio, con un obiettivo importante: quello di fornire alle agenzie strumenti e servizi che permettano loro di dialogare con i propri clienti e di posizionare al meglio il proprio brand di punto vendita presso il target di riferimento.