

Focus Consulenti di viaggio

Guerra e pace tra due modi diversi di vendere la vacanza

Sempre di più i network abbracciano questa formula per completare i propri canali
Stefania Vicini

Consulenti di viaggi e adv. Battaglia sul campo o collaborazione? La questione è annosa e cambia aspetto a seconda della prospettiva da cui la si analizza. Il momento contingente ci pone di fronte ad un dato di fatto: sempre più network si sono aperti alla formula del consulente di viaggi, ma perché? E soprattutto le adv aderenti alla rete sono contente? Si chiamano in modi differenti, ovviamente, ma la sostanza non cambia. Il panorama vede i Travel Planner di Frigerio Viaggi, gli Uvet Personal Travel Specialist (Pts) di Uvet Network, i Personal Travel Agent (Pta) di Primarete e i Bluplaner di Bluvacanze. Più o meno sono tutte creature piuttosto giovani, nel senso che il debutto delle suddette reti in questo settore è avvenuto non molto tempo fa. Nella maggioranza dei casi sono figure che hanno già esperienza in ambito turistico, sono meno i neofiti. Il che comporta in alcuni casi un reimpiego di professionalità. I motivi e i perché Se si guarda alle motivazioni sottese, sono per lo più legate ad un ampliamento delle occasioni di business per catturare una clientela che altrimenti non sarebbe stata raggiungibile, o per ampliare i canali del network. Viene anche dichiarata la volontà di offrire un'opportunità in più alle adv della rete. Scelta che Frigerio Viaggi ha fatto nell'autunno-inverno del 2013 in quanto " i tempi erano maturi per poter avere anche questa proposta, per dinamiche di struttura e per completare l'offerta del network ", spiega Paola Frigerio , responsabile programmazione e network . Ad oggi i suoi Travel Planner sono 6. Il numero può sembrare non molto alto, ma è voluto. Frutto di una selezione fatta sin dall'inizio in quanto l'obiettivo del network non è fare grandi numeri, " preferisco avere meno Travel Planner, ma più produttivi ", dichiara la manager. L'obiettivo 2016 è arrivare a 6-7 nuovi ingressi. Preferibilmente sono figure già esperte del settore. Non neofite del tutto, quindi, fermo restando che se hanno avuto un'esperienza seppur breve, ma commercialmente valida, possono essere prese in considerazione. Il progetto dei Pts di Uvet è stato lanciato a dicembre 2014, quindi circa un anno fa. Ad oggi sono 26 operativi, ma sono previsti altri ingressi a breve. Il target entro fine 2016 sono 100/150 Personal Travel Specialist. " Puntiamo ad un massimo di 250 consulenti a fine 2017 ", dichiara Luigi Porro, project manager Uvet Pts . In questo caso sono solo esperti e sono seguiti da un ufficio dedicato. I casi più recenti In altri casi la motivazione è dettata dal voler portare avanti un progetto " di multicanalità ", come è stato per Primarete Viaggi e Vacanze . " Dopo aver acquisito un ramo d'azienda che si occupa della formazione e gestione di consulenti vacanze ", dichiara il presidente Ivano Zilio . Il lancio dei Pta è avvenuto lo scorso 1° settembre. Attualmente sono 20, ma il network conta di arrivare " a 50 nel 2016" . Il numero massimo cui punta è " 150 in tre anni ". La formula proposta da Primarete guarda soprattutto agli ex agenti di viaggi " che amano il loro lavoro e lo vogliono reinventare ", ma forma anche i neofiti del mestiere. Nel caso del network sono seguiti da una divisione dedicata. Lo sviluppo di Bluvacanze ha previsto, oltre l'apertura al fronte dell'alleanza, anche il lancio della formula del Bluplaner. All'inizio saranno selezionati 60 consulenti di viaggio. Si tratta di figure già preparate al mercato del turismo, ex adv, o provenienti dal mondo del tour operating. Nel giro di tre anni è previsto anche l'ingresso di figure che partono da zero nel settore, che saranno formate. Per quanto riguarda l'organizzazione del modello, i Bluplaner hanno la possibilità di lavorare in appoggio all'adv che viene loro assegnata. Infatti, operano all'interno della struttura organizzativa Bluvacanze, come un addetto dell'adv di riferimento, assegnata dalla direzione retail. Obiettivi di crescita Parliamo di numeri. Sulla base degli obiettivi dichiarati si punta a crescere sul fronte delle figure di riferimento, indice che il modello funziona. Cartorange per il 2016 intende raggiungere i 500 consulenti. **Evolution Travel** vuole arrivare a 450 consulenti di viaggio online. " Una crescita del 30% circa potrebbe sembrare troppo ambiziosa, ma si fonda sul fatto che quest'anno abbiamo creato una nuova postazione web (Smart) per chi desidera avviare l'attività in modo

graduale" . Lo share sul fatturato Quale potrebbe essere lo share stimato del fatturato prodotto dal consulente sul fatturato totale del network? Per Frigerio arrivare a un 10/20% di fatturato del network sarebbe un risultato soddisfacente, vista la numerica della rete. Dato su cui è in linea Primarete, " lo share stimato del fatturato prodotto dal consulente potrebbe essere di circa un 20% ". Uvet Network sviluppa 1,3 miliardi di giro aari leisure, " quindi lo share è minimo ", vien fatto presente.

Il panorama attuale (Fonte: Gv, sulla base dei dati forniti dalle aziende)