Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Sardegna

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Sardinia 360, ottimi risultati da stagione 2014

notizia pubblicata **28 Ottobre 2014** alle ore **11:52** nella categoria **Tour operator**

Sardinia 360 chiude la stagione estiva 2014 con risultati positivi sotto tutti gli aspetti: volumi d'affari, marginalità, fidelizzazione e distribuzione. Al secondo anno di attività, Sardinia 360 rispetta il business plan prefissato e raggiunge il break even, raddoppiando il volume d'affari dell'anno 2013. Le vendite sono state positive sia nel comparto pratiche individuali che per gruppi precostituiti.

"Stiamo parlando ancora di numeri piccoli se paragonati ai grandi TO, ma siamo soddisfatti dei risultati raggiunti e ottimisti per la stagione 2015 – afferma Marco Bongiovanni, ad Sardinia 360 – Siamo riusciti a realizzare i traguardi che ci eravamo posti potenziando la nostra programmazione Sardegna, fidelizzando una selezione di adv del centro nord che apprezzano il nostro prodotto e i nostri servizi, nonché raccogliendo la soddisfazione dei clienti. Certamente il mercato è complesso e non sempre lineare, con prenotazioni spesso sotto data influenzate da tante variabili, ma crediamo che esperienza, competenza, prodotti e servizi di qualità siano il miglior modo per affrontare tali variabili con cui il nostro settore si confronta ogni giorno".

La programmazione di Sardinia 360 è composta da circa 80 strutture ubicate in tutta l'isola, dai 4 stelle a salire, e ha riscosso l'apprezzamento del mercato. Maggiori sono state le vendite registrate da alberghi e resort al nord, ma sono stati buoni i riscontri anche per i villaggi nel sud dell'isola. Più che soddisfacenti le vendite delle strutture 5 stelle.

Fattore apprezzato dalle adv è stato la collaborazione di Sardinia 360 con la parte trasporti, compagnie

aeree e traghetti, sia come disponibilità sia per le tariffe proposte. Si è rivelata positiva anche la scelta di proporre ai clienti partenze durante la settimana e non solo nel weekend, garantendo quote inferiori, maggiore disponibilità e soprattutto pacchetti di durata variabile, più flessibili rispetto alle canoniche 7 o 14 notti.

La politica commerciale dell'azienda ha previsto per il primo biennio la collaborazione con un ristretto numero di adv qualificate e interessate alla meta e al tipo di prodotto. Ad oggi le relazioni commerciali riguardano la fidelizzazioni di 250 adv, ubicate, per scelta legata ad investimenti, nel nord e centro Italia. L'obiettivo per l'anno 2015 è di ampliare la relazione al centro sud e di riuscire a collaborare continuativamente con 360 adv fidelizzate.

Un fattore di successo è stato senz'altro la squadra di lavoro, caratterizzata, dai vertici ai product manager, da una lunga esperienza sulla Sardegna, fatta di competenza sulla destinazione, conoscenza diretta delle strutture e del mercato; questi elementi sono stati riconosciuti e apprezzati dal trade. Management e staff si stanno già attivando per ampliare la programmazione 2015. Ci sarà qualche novità importante, che verrà comunicata a breve, all'insegna delle buone prospettive per un'estate ancora più proficua.