

CartOrange, le professioni del turismo ai tempi di Internet

notizia pubblicata **10 Febbraio 2015** alle ore **14:58** nella categoria **Agenzie di viaggi**



La figura del consulente di viaggio, evoluzione dell'adv, si va sempre più imponendo nello scenario turistico.

“Si tratta di un professionista più dinamico, più aggiornato, flessibile e orientato a soddisfare le esigenze del cliente – spiega Gianpaolo Romano, ad di CartOrange – in grado di trasformare ogni viaggio in un'esperienza da ricordare. I viaggi che propone non sono i vecchi pacchetti o il semplice villaggio turistico, ma pezzi unici, viaggi cuciti su misura e intrisi di esperienze. I viaggiatori moderni sono attratti da viaggi esperienziali e non si accontentano più del consueto e il consulente è in grado di offrire ciò che il cliente da solo non sarebbe in grado di ottenere o non sarebbe in grado di valutare correttamente”.

Il cliente è convinto di risparmiare grazie al fai da te, ma non è consapevole che la prenotazione online non assicura la migliore esperienza e neppure il miglior rapporto qualità/prezzo, sostiene CartOrange. Il consulente di viaggio garantisce invece la competenza e l'assistenza proprie di un professionista, offrendo in più la comodità di un servizio personalizzato e a domicilio, senza costi aggiuntivi.

Proprio per questo negli ultimi anni, in Inghilterra, Stati Uniti e Germania sempre più agenti si sono trasformati in consulenti. A fare da apripista in Italia è stata CartOrange.

Uno di loro è Roberto Di Francesco, 48 anni, di Milano. “Ho deciso di chiudere la mia agenzia e ho cominciato a guardarmi intorno tra le varie possibilità – racconta Di Francesco – CartOrange non la

conoscevo bene, mi sono però imbattuto in un loro Travel Office qui a Milano e questo nome, per me nuovo, mi ha incuriosito. Ho fatto qualche ricerca sul web e ho inviato online la mia candidatura, dopodiché sono stato inserito tramite l'iter classico: vari colloqui di selezione e conoscitivi e poi il corso di formazione per i consulenti”.

Il vantaggio è che non ci sono le spese e gli oneri dell'amministrazione di un'agenzia e si possono sfruttare i supporti tecnologici e il marketing messi a disposizione da un'azienda specialista del settore come CartOrange. “Ciò che rimane è l'impegno di seguire il cliente – prosegue Di Francesco – cosa che avviene senza distrazioni, dedicando al cliente tutto il tempo e senza la fretta o l'ansia di servire il successivo, come succedeva quando lavoravo in agenzia. La realizzazione di un viaggio perfetto diventa l'unico aspetto su cui concentrarsi. E i clienti percepiscono quanto sia meglio, e spesso più economico, rivolgersi a un consulente piuttosto che a un sito web in cui il cliente fa tutto da solo, ma da solo rimane in caso di problemi e disservizi”.

www.cartorange.com