Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Trend in crescita per King Holidays per i viaggi alle Azzorre

notizia pubblicata **26 Ottobre 2016** alle ore **11:10** nella categoria **Tour operator**

Ottime notizie per King Holidays dalle isole Azzorre, che la scorsa estate hanno riconfermato il trend di crescita e il loro ruolo sempre più centrale nella programmazione del tour operator. Trainate da una campagna pubblicitaria che ha coinvolto affissioni, web e radio, realizzata in collaborazione con Turismo dos Açores – Ente di Promozione Turistica delle Azzorre – le 9 isole dell'arcipelago hanno catalizzato l'attenzione di un target interessato a itinerari inusuali, a contatto con la natura.

"Se il prodotto è la chiave per combattere la disintermediazione – ha dichiarato Barbara Cipolloni, product manager King Holidays – la preparazione degli agenti è lo strumento per offrire valore aggiunto al cliente finale e riportarlo in agenzia. Per questo abbiamo affiancato alla campagna di comunicazione un programma di formazione che si è svolto in due fasi: prima un evento con filmati e presentazioni multimediali, poi un educational organizzato in collaborazione con l'Ente, TAP Portugal e SATA, che ha permesso ad un gruppo di agenti di viaggio provenienti da tutta Italia di conoscere gli highlights della destinazione e di testare direttamente la qualità dei nostri servizi".

L'operazione è stata possibile anche dalla collaborazione di SATA, vettore locale per i collegamenti tra le isole, e TAP Portugal, che ha messo a disposizione i voli da Milano e Roma via Lisbona. TAP Portugal si colloca tra i partner storici di King Holidays, non solo sulle Azzorre ma anche su altre destinazioni chiave della programmazione, come il Portogallo continentale, Madeira e l'America Latina. "Le Azzorre – ha

continuato Cipolloni – hanno un ottimo potenziale di crescita, basti pensare che i nostri partner internazionali del Gruppo Springwater Tourism hanno da tempo un volo charter settimanale da Madrid, pieno tutto l’anno. E’ però importante saperle vendere bene, per questo continueremo ad investire in formazione”.