Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Top Cruises Roadshow, premiata la formula "doppia"

notizia pubblicata **27 Settembre 2006** alle ore **10:08** nella categoria **Territori**

Grande successo per tutte le tappe del road show, anche grazie alla formula “doppia” che Top Cruises ha scelto per incontrare la rete agenziale: nelle principali città italiane sono stati organizzati 25 seminari tecnici, per una spiegazione dettagliata dei prodotti e le compagnie commercializzate in Italia dall’operatore, e 25 incontri serali, per favorire contatti più diretti e informali con gli agenti di viaggio. “Per Top Cruises le agenzie sono il principale punto di riferimento, e il buon rapporto con loro è da sempre uno dei nostri punti di forza – spiega Francesco Paradisi, Direttore commerciale Top Cruises – “In un settore come il nostro, apparentemente fatto solo di numeri e offerte speciali, noi puntiamo alla valorizzazione dei rapporti umani: incontrare gli agenti significa comprendere le loro esigenze, e allo stesso tempo modellare meglio l’offerta in base alla reale domanda di mercato.”

Più che positivo, dunque, il bilancio di questi ultimi mesi di incontri: “Quest’ultimo road show ci ha permesso di conoscere da vicino circa 1600/1700 agenti, ponendo le basi per la creazione di rapporti preferenziali con quelle agenzie che recepiscono meglio il nostro prodotto – continua Francesco Paradisi – Grazie al loro sostegno riusciamo a promuovere sul mercato italiano le nostre crociere, che in alcuni casi rappresentano proposte di viaggio particolari e fuori dall’ordinario, e già nei primi mesi di quest’anno abbiamo riscontrato un forte incremento delle prenotazioni di gruppo su tutte le rotte. Quello che ci aspettiamo da queste iniziative, oltre ad un importante aumento delle vendite nel corso della prossima stagione estiva, è soprattutto la fidelizzazione del cliente”.

Sull’impegno Top Cruises per la realizzazione del road show, Francesco Paradisi conclude: “Gli incontri sono stati tutti gestiti da un responsabile Top Cruises e dal promotore di zona, la nostra forza vendita da questo punto di vista è sempre molto attiva. Sicuramente si tratta di un programma faticoso e di grande impegno, ma siamo convinti che i risultati giustifichino ampiamente il tempo ed il lavoro che gli abbiamo dedicato.”

La scelta di chiudere il road show nella capitale non è casuale: il mercato di Roma e Lazio, che dallo scorso anno conta anche l’inserimento della nave LCL da Civitavecchia, incide in maniera significativa sul fatturato Top Cruises, e la serata si inserisce nella strategia di potenziamento delle vendite nel Centro Italia iniziata con l’introduzione del nuovo promotore per l’area di Roma, Lazio e Umbria, Pierpaolo Cantoni.

Chiusa l’esperienza del road show, Top Cruises si prepara per due impegni importanti con cui inaugurerà la stagione estiva: la presentazione a Genova, il 2 giugno prossimo, della M/n Aquamarine, che la compagnia cipriota Louis Cruise Lines propone da quest’anno sul mercato italiano con crociere in Spagna, marocco e Gibilterra, e il lancio, il 17 agosto prossimo a Civitavecchia, della Norwegian Jewel, che porterà la formula del freestyle in Europa con una crociera tra le Capitali Nordiche.