

I consulenti di viaggio figura fondamentale per il turismo dell'era del web

notizia pubblicata **09 Febbraio 2018** alle ore **12:03** nella categoria **Turismo**



Il consulente di viaggio si conferma la figura più innovativa del panorama turistico e propone un valore aggiunto che non si trova né nei canali tradizionali, né in quelli web: la personalizzazione del prodotto e l'accuratezza del servizio, proposto attraverso la formula della vendita a domicilio. "Abbiamo portato in Italia la figura del consulente di viaggio nel 1999 e, a distanza di quasi vent'anni, possiamo dire che la nostra è stata una scommessa vincente –dice Gianpaolo Romano, ad di CartOrange – Oggi collaborano con CartOrange 450 consulenti in tutta Italia e nei nostri piani supereranno i 700 entro il 2020".

In tempi in cui reperire informazioni e organizzare un viaggio online in poco tempo è alla portata di tutti, l'affermarsi del consulente di viaggio non deve apparire strano. "I consumatori ormai sanno guardare al web con occhio smaliziato – spiega Romano – E se è vero che, per un weekend mordi e fuggi, si privilegia un'organizzazione rapida e disintermediata, la stessa cosa non vale per i viaggi più strutturati: vacanze esperienziali, tour a lungo raggio e naturalmente il prodotto dove più si ricerca l'eccellenza, il viaggio di nozze. Qui non ci si può affidare al 'sentito dire' dei social e dei siti di recensioni e chi ci vende un viaggio deve avere un volto".

La caratteristica del consulente di viaggio è quella di incontrare i clienti a domicilio, negli orari per loro più comodi, prendendosi il tempo necessario per ascoltarne le esigenze e personalizzare il viaggio in ogni dettaglio. E non si deve pensare che sia un servizio riservato solo a chi prenota un viaggio di lusso: il

consulente di viaggio lavora sul budget indicato dal cliente, per cui ricerca il miglior rapporto qualità-prezzo, mettendo al riparo però dalle brutte sorprese del fai da te.

Altro vantaggio è che il consulente sa individuare proposte valide in aree ancora poco battute dal turismo di massa. “Una richiesta che i nostri consulenti ricevono di frequente è quella di suggerire le mete di tendenza per una vacanza diversa dal solito – spiega Romano – Per il 2018 abbiamo individuato queste destinazioni emergenti: il Sudafrica per la natura e inaspettati itinerari enogastronomici; la Russia centrale e orientale ancora poco conosciute dagli italiani; il Vietnam come paradiso per gli amanti dello street food; il Canada non solo d’estate, ma anche nella sua veste invernale”

“Anche nel settore del turismo la vendita a domicilio si rivela uno strumento adatto a offrire consulenza qualificata e a garantire professionalità, serietà e sicurezza – commenta Ciro Sinatra, presidente di Univendita – Il rapporto personale con il venditore, e la fiducia che ne nasce, sono gli elementi su cui si basa un’esperienza d’acquisto soddisfacente sotto ogni aspetto, tanto da trasformarsi spesso in una relazione duratura – prosegue – Si tratta di un valore che gli italiani hanno saputo riconoscere negli anni passati, caratterizzati dalla crisi, e che continuano a riconoscere anche oggi”.