

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Glamour TO incontra gli adv e si prepara per raggiungere nuovi obiettivi

notizia pubblicata **24 Settembre 2019** alle ore **10:01** nella categoria **Tour operator**



Bilancio più che positivo per la 2^a edizione del 'Glamour Exclusive Weekend' che si è tenuta dal 20 al 23 settembre e che ha visto un alternarsi di momenti di aggiornamento, presentazioni, workshop, premiazioni, ma anche momenti glamour e di intrattenimento all'Hotel 'Fattoria La Principina' di Grosseto. Il team di Glamour ha incontrato i suoi partner ed una rappresentanza di circa 150 adv delle numerose con cui opera in tutta Italia da anni per un prezioso momento di networking. Un evento ideato dal titolare Luca Buonpensiere e costruito con tutto il suo team per premiare coloro che hanno reso possibile la costante crescita e l'affermazione del TO in Italia. Durante la convention sono emersi, oltre ai dati positivi raggiunti ad oggi, anche interessanti obiettivi e novità per il 2020 .

Anche nei primi 9 mesi di quest'anno Glamour (www.glamourviaggi.it) registra un aumento di fatturato di circa il 30% e che auspica di chiudere il 2019 con un +35% grazie alle vendite legate alle festività natalizie (già nel 2018 aveva registrato un +35% rispetto al 2017). Ben 60 dipendenti, 10 in più assunti solo nell'ultimo anno, e circa 50 negli ultimi 10 anni perché in Glamour T.O. si investe sulla squadra e si crede fortemente nella famiglia.

"Statistiche e numeri parlano chiaro – afferma Luca Buonpensiere – in questi anni abbiamo avuto una crescita esponenziale per quanto riguarda il nostro volume d'affari e questo avrebbe potuto incidere sulla qualità dei servizi che offriamo, ma non abbiamo mai smesso di essere ciò che da sempre siamo, un Tour

Operator attento alla cura del cliente e all'avanguardia nella ricerca di novità, itinerari e percorsi alternativi per la creazione di un prodotto che ci rappresenti, che soddisfi in pieno le esigenze di ciascun passeggero e gratifichi il lavoro degli agenti di viaggio nostri partner, un prodotto di qualità”.

Un successo, quello di Glamour, dovuto a diversi fattori: sicuramente al fatto di non aver mai paura di sfidare il mercato a colpi di intuizione ma di avere sempre il coraggio di anticiparlo andando decisamente in controtendenza; al fatto di avere una programmazione che comprende sempre più destinazioni che non vengono proposte al mercato in maniera uniforme, piatta e priva di un proprio segno distintivo; ma un successo dovuto soprattutto e sicuramente alla profonda convinzione dell'enorme importanza e del valore che ha il rapporto umano con il cliente in un mondo arido in cui è sempre più affidato ormai tutto alla tecnologia.

“Ho sempre investito sulle persone e non sui software – dice Luca Buonpensiere – le relazioni umane sono sempre state un principio fondamentale e imprescindibile nel mio lavoro come nella mia vita. I rapporti umani premiano sicuramente più anche del software più sofisticato. In Glamour siamo una famiglia e lavoriamo tutti con lo stesso entusiasmo e per raggiungere l'eccellenza”.

D'altra parte l'idea stessa del Glamour Exclusive Weekend, è basata proprio su questo principio per consentire ai partners e ai clienti, di incontrarsi e di confrontarsi in un momento di networking e di profondo arricchimento per entrambi, ma anche per far vivere e condividere momenti di conoscenza in cui raccontarsi a tutto l'affiatato staff di Glamour. Tanti gli sponsor anche per questa seconda edizione che hanno creduto nell'iniziativa tra cui: Alitalia, Ufficio Nazionale Israeliano del Turismo, Emirates, Ente del Turismo delle Seychelles, Qatar Airline, Vueling, Ente Nazionale per il Turismo Thailandese.

Conclusa la convention, Glamour è già focalizzata sui prossimi obiettivi: lusso, tempo, condivisione, esperienza sono le parole chiave per i prossimi anni “Riteniamo superato il tempo dove l'importante è vedere più cose possibili nel minor tempo possibile, altre sono oggi le priorità dei viaggiatori – afferma Luca Buonpensiere – “Anche per questo proponiamo sempre più viaggi durante i quali sia possibile vivere esperienze uniche, permettere al viaggiatore di sentirsi protagonista di qualcosa di costruttivo, vivere esperienze da condividere sia con le popolazioni locali sia con gli amici a da casa”.

Per le festività natalizie Glamour T.O. affianca ad alcune destinazioni consolidate delle novità assolute come il Capodanno a Rio, il Sudafrica in combinazione con Mauritius o Seychelles e il Giappone, mentre per la prossima stagione tra le novità spicca Israele new entry tra le destinazioni. Con il brand Sneakers oltre a Brasile, Israele, Giordania e Zanzibar, si punta al potenziamento dell'offerta sul Mar Rosso con nuovi resorts e maggiori voli dai principali aeroporti italiani e ad un rilancio dell'offerta viaggi in Europa “Contrariamente a molti riteniamo – conclude il titolare di Glamour – che ci sia la possibilità di un fortissimo sviluppo della destinazione anche tramite i canali tradizionali se proposta nella maniera corretta, con un'offerta meno convenzionale ed unica com'è nelle nostre abitudini”.