

Consulente di viaggio figura chiave per le vacanze dei Millennial

notizia pubblicata **05 Febbraio 2020** alle ore **12:00** nella categoria **Turismo**



I turisti sono sempre più digitali e alla ricerca di rapporti umani di valore. Come evidenziano gli ultimi dati dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo del Politecnico di Milano, sono proprio i viaggiatori giovani i più propensi a rivolgersi a un esperto in carne e ossa per organizzare le vacanze: lo fa il 39% dei Millennial, contro il 33% della media generale. È in questo contesto che nasce il successo di un particolare modello, quello della vendita a domicilio: a sottolinearlo è Univendita, associazione di categoria del settore, che in occasione di Bit Milano, fa il punto su una categoria, quella della consulenza di viaggio a domicilio appunto, estremamente dinamica e innovativa.

“Si tratta di una formula – spiega **Ciro Sinatra**, presidente di Univendita – perfettamente inserita nelle tendenze contemporanee sia per quanto riguarda il prodotto, cioè vacanze personalizzate e arricchite di esperienze che solo un consulente esperto sa proporre, sia per quanto riguarda il servizio, che nella vendita a domicilio è caratterizzato dalla massima flessibilità e comodità”.

A riprova di questo fatto c'è un dato, presentato in occasione dell'ultimo convegno dell'Osservatorio Innovazione Digitale del Turismo: appartiene alla generazione dei Millennial il 47,5% dei clienti di **CartOrange**, partner dell'Osservatorio e associata Univendita.

“Gli under 40 rappresentano il segmento principale della nostra clientela – conferma l'AD di **CartOrange** **Gianpaolo Romano** – Hanno un rapporto oserei dire simbiotico con la tecnologia, ma allo stesso tempo sono molto focalizzati sulla relazione con chi organizzerà e ispirerà loro la vacanza. Ispirazione è proprio la parola chiave per i turisti digitali, propensi a far rientrare il viaggio nella sfera del benessere personale. Ecco quindi che premiano chi sa proporre qualcosa di unico e personalizzato, in linea con i gusti, le passioni e le aspirazioni di chi ha davanti”.

In questo, rispetto all'adv tradizionale, il consulente ha una marcia in più: l'85% di chi si rivolge a **CartOrange** (contro il 29% dei clienti delle agenzie di viaggio) lo fa, oltre che per beneficiare del servizio di prenotazione dei servizi turistici, per ricevere una consulenza completa: consigli su destinazioni insolite, viaggi tematici, esperienze, mezzi di trasporto e alloggi particolari (in crescita i boutique hotel e i resort ecosostenibili). Tutte “chicche” che non si trovano nei pacchetti standard, ma che vengono selezionate dai consulenti in base alla tipologia dei viaggiatori e al loro budget.

“Nella vendita a domicilio saper entrare in sintonia con i clienti è il fattore principale di successo e le imprese di Univendita, nell'ambito dei viaggi ma non solo, dimostrano di essere sulla stessa lunghezza

d'onda di una clientela che cambia di pari passo con la trasformazione digitale – conclude il presidente di Univendita – Tra l'altro, si può osservare un'affinità tra clienti e venditori anche sotto il profilo anagrafico: appartiene alla fascia dei Millennial il 37% degli incaricati delle aziende Univendita. Elemento, questo, che ci porta a dire che la vendita a domicilio sarà sempre più di tendenza nel prossimo futuro”.

www.univendita.it