

Gestire le esperienze con 'CREA&TICKET', la piattaforma sbarca sul mercato Italiano

notizia pubblicata 23 Ottobre 2020 alle ore 11:33 nella categoria Turismo



Arriva sul mercato italiano 'Crea&Ticket', il sistema-piattaforma ERP (B2B) volto ad ottimizzare i processi di vendita e gestione del mercato esperienziale. "Il momento non è certamente il più propizio per lanciare una nuova azienda sul mercato italiano, ma questa soluzione tecnologica in realtà risponde a molti bisogni di questa fase così delicata. Il prodotto di prossimità è l'unico al momento disponibile e il turismo esperienziale è l'unico in grado di dare valore e attrattività al prodotto turistico locale attraverso un viaggio che porta alla riscoperta della storia, dei punti di forza e delle tradizioni di un territorio. L'Italia in questo contesto, come sappiamo, ha molto da offrire di univoco in termini culturali, agro-alimentari e artigianali, ma anche più banalmente in termini di Shopping e Made In Italy", dice Luca Adami, Country Sales Manager Italia di Crea&ticket.

Crea&ticket si rivolge a tutti coloro che gestiscono attività esperienziali sul territorio, trasferimenti, visite culturali, corsi di cucina o fotografia, trekking e visite guidate a piedi o in bicicletta. La piattaforma è ormai sul mercato Spagnolo da diversi anni e grazie alla sua accessibilità economica (canoni modulari con soluzioni che partono da € 32 mensili) è perfetta per DMC, TO, adv e guide locali; in altre parole è fatta a misura di portafoglio per tutte le centinaia di PMI che caratterizzano il mercato locale italiano. Crea&Ticket, grazie alle sue caratteristiche ed esperienza è un' opportunità e investimento, che potrebbe nel futuro permettere di andare contro l'appiattimento ripetitivo del turismo industriale e nel presente di andare a

coprire i diversi target e bisogni che la situazione contingente impone oggi alla clientela.

“Il mercato esperienziale, da sempre, ma mai come in questo momento ha una domanda sotto data e direttamente in destinazione; la realtà odierna è pertanto che chi viaggia, anche in prossimità, non è nelle condizioni di pianificare in questo stato di incertezza e decide quindi giorno per giorno cosa fare sulla base del meteo e dell’evolversi della situazione; spesso fa scelte determinate da ciò di cui viene a conoscenza in loco o in ogni caso nel momento in cui è nelle condizioni di decidere se e come muoversi. Ciò impone al fornitore di servizi delle scelte tecnologiche in grado di rendere fruibile il proprio prodotto. In termini commerciali la parola d’ordine è rendere accessibile il proprio prodotto in maniera multicanale e Crea&Ticket da questo punto di vista è un channel manager che permette la vendita tramite OTAs, Agenzie di Viaggi e partner locali (ad esempio hotel, ristoratori e negozianti), centralizzando tutti i processi in un unico back office. In termini logistici il fornitore di servizi ha in questo momento il dovere di rendere fluidi tutti i suoi servizi per evitare code, assembramenti e sovrapposizione di troppe persone nelle attività che propone e anche da questo punto di vista la soluzione Crea&Ticket, grazie alla possibilità di gestire ogni attività per fascia oraria, è perfetta per evitare tutto questo genere di problematiche”, dice Gines de Biedma, CMO di Crea&Ticket.

“Tutto ciò allo stesso tempo rende questa sfida, di cui abbiamo tutti gli elementi di base, molto importante sia in termini distributivi che tecnologici. In sostanza la distribuzione commerciale di esperienze e attività in destinazione è il mercato su cui si stanno concentrando maggiormente le attenzioni degli attori dell’industria turistica, in quanto quello con più alto livello di potenziale e crescita, ma soprattutto a caccia di nuove fonti di reddito ad alto valore aggiunto e di commissioni di intermediazione interessanti. Le esperienze in destinazione sono però da sempre un terreno di esclusiva competenza dei piccoli operatori locali. Il prodotto c’è, ma la sfida determinante per le PMI, anche individuali, è rappresentato dall’aspetto tecnologico per distribuirlo, trasformandosi in sostanza da imprese artigianali a industriali. Al momento il mercato è saturo di sovrapposizioni di prodotto che giocano sul prezzo, quando il nostro paese e la domanda offre invece una copertura di prodotto potenziale nei luoghi meno congestionati senza paragoni al mondo sia in termini culturali che puramente esperienziali. In questo contesto la digitalizzazione, la multicanalità e un’operatività logistica in grado di rendere esponenziali la vendita di questi prodotti, tramite processi veloci e certificati è fondamentale non solo per accedere al mercato, ma soprattutto per gestirlo operativamente direttamente in destinazione in queste condizioni di emergenza. La risposta a tutto ciò è la soluzione informatica di Crea&ticket”, conclude Adami.