

Alpitour si prepara al roadshow, 25 tappe con 2000 adv

notizia pubblicata **05 Ottobre 2022** alle ore **11:23** nella categoria **Tour operator**



È terminata domenica 2 ottobre la Convention Commerciale di Alpitour rivolta a tutti i Key Account della Divisione Tour Operating e ai responsabili degli Uffici Commerciali di Torino, Milano e Pesaro. Un evento di 5 giorni, che ha avuto luogo in Egitto, tra le bellezze di Marsa Matrouh e Il Cairo, durante il quale la Direzione Generale e le differenti Direzioni Aziendali hanno condiviso i risultati dell'ultima stagione, gli sviluppi in corso, gli obiettivi futuri, nonché le diverse strategie che saranno adottate nel prossimo anno.

Un momento cruciale per il Gruppo, svoltosi poco prima dell'inizio del roadshow organizzato dalla Direzione Commerciale che avrà l'obiettivo di incontrare e confrontarsi con le adv, presentando tutte le principali novità invernali che caratterizzeranno i singoli cluster, Mainstream, Seamless e Specialties: 25 tappe, in altrettante città italiane, che prenderanno il via a partire dal 6 ottobre e fino a fine novembre, con oltre 2.000 adv attesi. Un evento che vuol essere innanzitutto un'occasione di contatto e scambio per affrontare con energia ed entusiasmo la prossima stagione ricca di stimolanti obiettivi.

“Nel corso di questi ultimi due anni, nonostante le difficoltà legate al periodo pandemico, abbiamo sempre continuato ad organizzare incontri di formazione in presenza per non perdere i contatti con le adv – dice Alessandro Seghi, direttore commerciale Alpitour World – La stagione invernale, ormai ai blocchi di partenza, sarà la più importante degli ultimi anni, non solo perché le principali destinazioni sono finalmente tutte raggiungibili, ma soprattutto perché abbiamo investito su ognuna di esse con estrema determinazione, sia in termini di pianificazione aerea sia di prodotto offerto. Riteniamo pertanto corretto

condividere le tante novità messe a scaffale, gli sviluppi dei progetti di omnicanalità, i programmi di fidelizzazione rivolti alle adv e ai clienti finali oltre alle politiche commerciali che seguiremo nel corso del nuovo anno”.