

Volonline potenzia offerta e inserisce Deborah Altomare in staff

notizia pubblicata **16 Giugno 2015** alle ore **10:10** nella categoria **Tour operator**



Volonline incrementa gli investimenti dedicati ai pacchetti in allotment a date fisse e annuncia l'inserimento nel proprio staff di Deborah Altomare in qualità di junior product manager per questa business unit.

Deborah Altomare vanta una conoscenza approfondita e trasversale di tutte le destinazioni più richieste dalla clientela italiana, associata ad un approccio professionale in grado di coniugare ai vantaggi del pacchetto a date fisse quella flessibilità nella gestione operativa che caratterizza la filosofia del TO, sempre al fianco delle agenzie nella ricerca delle soluzioni più idonee ad assecondare le esigenze dei clienti, anche nell'ambito di un prodotto relativamente chiuso come il pacchetto da catalogo. Altomare risponderà a Luca Frolino, già in Volonline da diversi mesi, recentemente promosso a responsabile area gruppi e pacchetti a disponibilità garantita.

“Il prodotto da catalogo – dice Frolino – per molte adv è fondamentale, specialmente su destinazioni classiche come i Caraibi. Noi siamo in grado di offrire prezzi decisamente più bassi rispetto alla media di mercato, in virtù di una strategia basata su costanti analisi di benchmark e sulla definizione di partnership multicanale vantaggiose con vettori, hotel e altri fornitori. Come se non bastasse, offriamo una flessibilità degna del tailor made. Abbiamo una programmazione molto ricca per l'estate e stiamo già lavorando sui folder invernali, con una serie di partenze confermate sui ponti per Maldive, New York, Thailandia, Emirati Arabi e città europee”.

A fronte dei nuovi investimenti dedicati al prodotto 'da catalogo', continua l'impegno nell'area dei viaggi personalizzati di alto livello: recentemente si è concluso un educational in Thailandia che ha permesso ad un gruppo di adv selezionati di visitare una serie di resort top level, molti dei quali disponibili in esclusiva sul mercato italiano. A ciò si aggiunge il costante incremento dei risultati operativi, con il fatturato della biglietteria aerea in aumento del 40% rispetto al 2014.