

# IL FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE NEL TURISMO

II Edizione



SINTESI

## IL FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE NEL TURISMO

*Quale sarà il ruolo dell'intermediazione?*

**AIGO**, agenzia di marketing e comunicazione specializzata in turismo, trasporti e ospitalità, presenta i risultati della ricerca **“Il Futuro della distribuzione”** condotta da in collaborazione con i partner di **Pangaea Network**, costituito da 8 agenzie indipendenti che coprono oltre 15 mercati nel mondo.

L'indagine è stata riproposta dopo un primo sondaggio avvenuto nel 2011, per capire come si è evoluta la percezione degli addetti ai lavori nel corso degli ultimi quattro anni. Il panel è di 167 operatori dell'industria turistica che operano in 5 mercati europei: Francia, Germania, Italia, Spagna e Regno Unito.

### Elementi chiave:

Dai dati emersi si evince che **il 50% degli intervistati ritiene che operatori dell'industria turistica continueranno a essere parte attiva nel processo di prenotazione del consumatore.**

Con una risposta pressoché unanime (**85%**), **i professionisti si ritengono ancora in grado di influenzare la scelta del consumatore** in fatto di destinazione o prodotto. Un dato in crescita rispetto al 2011, quando solo l'81% si era espresso in tal senso. Solamente l'11% del panel è oggi in disaccordo.



La ricerca ha permesso di evidenziare gli **elementi chiave del successo** di una vendita: **qualità e originalità del prodotto (35%)** e **customer care (26%)**. La reputazione online è indicata solo dal 6% degli intervistati. Osservando singolarmente i mercati, la relazione con il cliente è al primo posto per gli intermediari turistici francesi (43%) e tedeschi (40%); per i britannici la forza del brand è di primaria importanza (25%) così come il prodotto (25%). La maggioranza degli italiani (46%) e degli spagnoli (33%) mettono al primo posto la qualità e l'originalità del prodotto,

seguita dal valore aggiunto per gli italiani (19%) e dal customer care per gli spagnoli (16%).

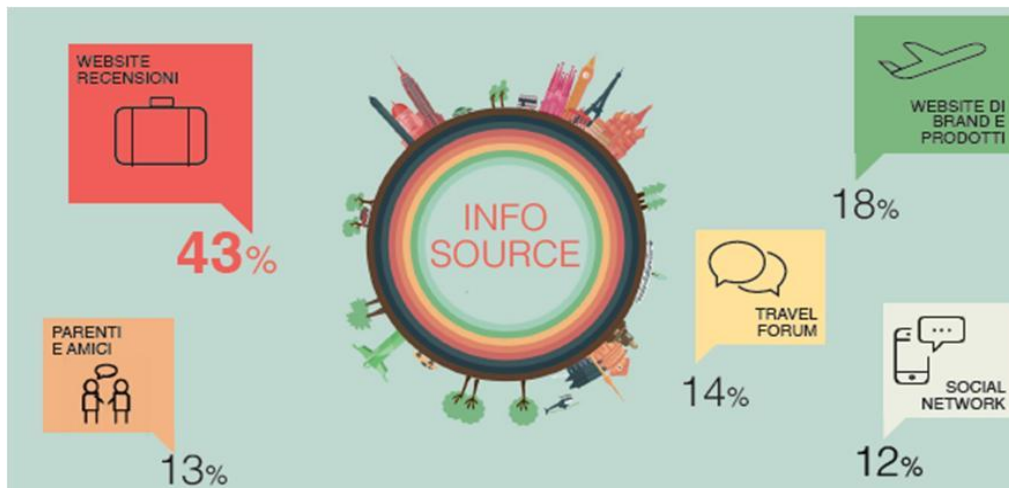
# IL FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE NEL TURISMO

II Edizione



Il 54% degli intervistati sostiene che **un website ben strutturato rappresenti il miglior supporto alle vendite**; il 26% trova funzionale l'invio delle newsletter. Il 12% indica i profili sui social network e il 2% fa riferimento alle *app*. Il 6% ritiene infine che a fare la differenza non sia uno strumento, bensì il rapporto con il cliente. In controtendenza, la maggior parte dei professionisti francesi (67%) opta per la newsletter. Italiani e inglesi (entrambi per il 17%) traggono maggior benefici dai profili social.

**Il 66% degli interrogati pensa che i loro clienti siano propensi a prenotare un viaggio online**, purché assistiti da sistemi di pagamento sicuro; mentre il 18% crede siano restii. L'online viene inoltre utilizzato come principale fonte di informazione: il 43% dei rispondenti dichiara che i clienti interpellano principalmente i "siti di recensione"; il 18% indica i *website* di prodotti/brand; il 14% sceglie i forum di viaggio e il 12% i social network. Solamente il 13% ritiene che la maggior parte delle persone preferisca lasciarsi consigliare da amici e parenti.



I professionisti europei del turismo ritengono che **ci sarà un'evoluzione nella figura dell'intermediario**, il quale dovrà essere sempre più tecnologico, competente e multicanale per andare incontro alle esigenze di un cliente maggiormente informato e attivo online. L'intermediario dovrà instaurare un rapporto di fiducia continuativo, reale e presente con il viaggiatore in modo da essere percepito come esperto in grado di proporre esperienze uniche e rispondenti alle esigenze del singolo cliente.

\*\*\*\*

## Informazioni su AIGO

AIGO è una società di consulenza in marketing e comunicazione che ha scelto i settori turismo, ospitalità e trasporti come ambito di specializzazione fin dalle sue origini. Dal 1990 AIGO posiziona destinazioni, prodotti e servizi turistici sul mercato con successo, definendo in modo analitico e innovativo i processi necessari a promuovere brand, attivare la distribuzione multi-canale e sviluppare con il consumatore un'interazione finalizzata alla vendita. I servizi offerti dal team di 27 professionisti coprono: consulenza strategica, rappresentanza, consumer marketing e trade marketing, pubbliche relazioni & digital PR, consumer engagement, comunicazione & advertising, eventi. AIGO è socio fondatore di Pangaea Network, che riunisce agenzie indipendenti specializzate in viaggi e turismo in 15 mercati internazionali. [www.aigo.it](http://www.aigo.it) - [www.thepangaeaneetwork.com](http://www.thepangaeaneetwork.com)