

Il mondo turistico online incontra quello off-line delle agenzie

Iperclub apre alle adv

Lanciato il sistema di fidelizzazione 'Travel Card'

A sorpresa, Iperclub, attraverso il sistema di fidelizzazione *Travel Card*, apre il suo network commerciale a oltre 2.000 agenzie di viaggi che - almeno questo è l'obiettivo della società - potranno entrare a far parte della prima partnership nella grande distribuzione condivisa con le adv.

«Obiettivo di questa operazione di web marketing - spiega **Gianfranco Conte**, presidente di Iperclub - è di mettere a sistema, per la prima volta in Italia, il mondo tu-

ristico online con quello off-line delle agenzie di viaggi, dando l'opportunità alla rete agenziale di catturare una potenziale clientela che a oggi interessa,



attraverso una rete comprendente 10.000 negozi e catene distributive, oltre cinque milioni di consu-

matori».

Il meccanismo dell'operazione è una sorta di *uovo di Colombo*, come spiega Conte. «Sfruttando il Programma Fedeltà che associa esercizi commerciali e aziende di diversi settori merceologici (da supermarket a distributori di benzina) si premiano gli acquisti delle famiglie italiane attraverso punti elettronici denominati *Travel Point* che, una volta accumulati, daranno diritto al ritiro di un viaggio o di una vacanza. In caso di un raggiungimento parziale della quota-punti necessaria all'ac-



Gianfranco Conte

quisizione della vacanza, il consumatore potrà compensare con un saldo contante direttamente in agenzia di viaggi».

Commissioni del 16%

Ma c'è di più, come tiene a precisare lo stesso Conte. «Le agenzie di viaggi partner, che hanno a disposizione prodotti turistici inseriti dagli operatori, diventano un punto di riferi-

mento per i consumer che vogliono richiedere vacanze-premio e con tale modalità possono guadagnare commissioni che arrivano anche fino al 16%».

Il vero gioiello dell'intera operazione, però, è la piattaforma online allestita da Iperclub che, come illustra Conte, «rappresenta un programma collegato al portale www.iperclub.it, che vanta un sistema di booking online per le agenzie di viaggi e una piattaforma di CRM che consente, sia agli agenti che ai negozianti, di gestire un database della propria clientela titolare della *Travel Card*».

I viaggi, vero regalo

«Siamo partiti dalla considerazione - prosegue Conte - che oggi più di ieri i consumatori sono molto più

sensibili a vincere vacanze e viaggi piuttosto che i soliti regali come borsoni, radio, tv e altri oggetti di elettronica che ormai si sono stancati di collezionare».

All'interno del portale c'è anche un corso di auto-formazione per le agenzie di viaggi, con tecniche comportamentali per ottimizzare le vendite e per aggiornare gli adv sulle modalità di vendita online.

«Supporteremo questa operazione con una massiccia campagna promozionale in tutta Italia del valore di circa otto milioni di euro».

Attualmente Iperclub vanta un fatturato di oltre 70 milioni di euro di fatturato con circa 250.000 clienti *vacanzieri*.

Andrea Lovelock
www.iperclub.it