

Si intensifica il rapporto di partnership con i punti vendita associati Iperclub si concentra sulla Travel Card e sulla sinergia con le agenzie

di PAOLA CAMERA

ROMA - Inizia con i migliori presupposti la stagione invernale di Iperclub che, dopo un'estate positiva, conta di arrivare alla primavera con un incremento di fatturato del 10%, grazie all'alto potenziale del prodotto Travel Card e alla sempre maggiore collaborazione con le agenzie di viaggio.

Ne parla il presidente del gruppo, Gianfranco Conte.

Un primo bilancio sul 2009?

«Per quanto riguarda il catalogo Iperclub Vacanze, con i relativi contingenti acquistati in vuoto per pieno, abbiamo raggiunto il break even in anticipo rispetto all'anno scorso. Le offerte per il Sud Italia si confermano sempre le più ricercate dai nostri clienti e i volumi di vendite più significativi hanno interessato la scorsa estate il mar Rosso, la Grecia, la Tunisia, le Baleari, le Canarie e il Kenya oltre che le crociere. Il catalogo invernale è stato potenziato e puntiamo a raggiungere un +10% anche perché, per tutte

le strutture residenziali, i prezzi sono quelli dell'anno scorso, se non addirittura più bassi».

Il peggio è passato dunque, se si pensa alla crisi economica internazionale?

«La crisi c'è e anche se dagli Usa arrivano segnali positivi la ripresa sarà lenta. Per questo bisogna lavorare con metodo e sfruttare al massimo la tecnologia. Quello che cerchiamo di fare noi è proprio fornire un sistema di lavoro e degli strumenti online di Crm che consentano alle agenzie di superare la crisi attraverso la costruzione e il mantenimento della relazione con il cliente».

Ecco quindi il lancio del progetto Travel Card...

«In questi mesi abbiamo messo a punto il programma di fidelizza-

zione Travel Card con una serie di novità pensate per le agenzie di viaggio. Innanzitutto, abbiamo deciso di coinvolgerle nella costruzione dei circuiti commerciali in tutta Italia assicurando l'affiancamento e la formazione necessari tramite la rete dei nostri trade manager. In questo modo le agenzie partner guadagnano il 20% su tutte le affiliazioni di negozi che riescono ad effettuare. Poi ci adoperiamo per dirottare le prenotazioni d e i

viaggi dei possessori della Travel Card nelle agenzie partner permettendo al titolare dell'agenzia di guadagnare commissioni dalla vendita del prodotto turistico. Riconosciamo fino al 16%

+10%

Stima crescita fatturato

300

Adv coinvolte nel progetto

sull'offerta Iperclub Vacanze, il 10% sul prodotto vacanze estero, hotel, auto e il 20% sulle assicurazioni opzionali. Infine, premiamo il lavoro dell'agenzia garantendo il 5% di commissioni indirette per tutte le prenotazioni effettuate dai titolari della Travel Card distribuite da lui o dai negozi che ha contrattualizzato».

Un aggiornamento sulle adesioni al progetto (prima dell'estate si

era a quota 250 agenzie associate).

«Finora abbiamo coinvolto circa 300 agenzie di viaggio ma stiamo cercando di essere maggiormente selettivi, privilegiando quelle che si impegnano proprio nella costruzione del circuito e che sono disposte a mantenere i rapporti con i negozi associati rifornendoli nel tempo di tutti i prodotti di marketing promozionale Iperclub, tra cui i nostri fortunati Buoni Vacanze. Per questo riconosciamo commissioni attorno al 20%».

Nuovi progetti o promozioni?

«Stiamo rilasciando la nuova release di www.iperclub.it, il portale che supporta l'operazione Iperclub Travel Card. Rispetto alla precedente versione sarà possibile effettuare prenotazioni anche di pacchetti dinamici e quindi, in base alle esigenze, selezionare volo+hotel o volo+hotel+auto. Infine, entro l'anno sarà possibile anche prenotare il biglietto di concerti, mostre o eventi sportivi da abbinare al volo+hotel».

“*In questi giorni abbiamo messo a punto il programma “Travel Card”*”

Gianfranco Conte

