

▶ Archivio news

▶ Eventi

▶ Concorsi

▶ Cataloghi di viaggio

▶ Formazione on line

▶ Info Pubblicità

▶ Newsletter

▶ Fai di T&A la tua
Homepage

REGISTRATI AL SITO

LOGIN

Username

NEWS ON LINE

▶ Iperclub Spa apre al trade: un coinvolgimento di 2000 agenzie



Iperclub, marchio vacanze ben noto con un fatturato di oltre 70 milioni di euro, è presente in Bit, apre alle agenzie lanciando sul tappeto una partnership "che valorizza il loro ruolo e le pone al centro di un network commerciale che interessa 10.000 aziende e 5 milioni di consumatori". L'anima della proposta è un programma fedeltà che associa esercizi commerciali e aziende di diversi settori merceologici che, per spingere le vendite e fidelizzare i clienti, premiano gli acquisti delle famiglie con dei punti elettronici denominati Travel Point. In base al numero di punti accumulati, i consumatori possono prenotare la vacanza premio con uno sconto variabile oppure, addirittura, gratuitamente usufruendo del ricco ventaglio di proposte Iperclub in Italia e all'estero. Tutti i negozi del circuito, caricando le carte fedeltà con i Travel Point, contribuiscono ad aumentare il traffico di potenziali clienti all'interno delle agenzie di viaggio partner dell'operazione - circa 2000- divenendo un punto di riferimento e guadagnando commissioni che arrivano fino al 16%. "L'obiettivo - commenta Gianfranco Conte, presidente di Iperclub Spa - è di integrare il mondo on line con quello off line in modo da conquistare il popolo del web indirizzando tutti quei clienti che non si fidano dei sistemi di e-commerce o che preferiscono il contatto umano, in agenzia di viaggio. Vogliamo creare una forte alleanza tra aziende, agenzie di viaggio e consumatori puntando sul turismo come leva per stimolare i consumi e aiutare le agenzie di viaggio a superare questo momento difficile". L'operazione Iperclub Travel Card è sostenuta da una campagna pubblicitaria di 8 milioni di euro e un investimento 2009 di 800.000 euro sui motori di ricerca.