

Adv, primo piano sul web

L'e-learning degli enti fa presa sugli agenti, che lo scelgono abbinato a workshop e viaggi

Formazione. È questa la parola con cui iniziano e terminano i discorsi dei rappresentanti degli enti, il ritornello che ripetono come una mantra per dimostrare la loro vicinanza agli adv. La formazione si traduce in competenza e, quindi, in un incremento immediato di vendite, e questo gli enti lo sanno bene, ma il taglio dei fondi governativi impone loro di rivedere le formule classiche di aggiornamento per cercare di ridurre i costi. Il risultato più immediato è il ricorso al web, con programmi di e-learning che informano i dettaglianti sulle principali novità del Paese in tempo reale.

“Uno strumento pratico e immediato”

Una formula, l'e-learning che, secondo gli agenti di viaggi, funziona bene se accostata alla formazione sul campo. “Lo strumento dei corsi su internet è pratico e di fruizione immediata - spiega Luca Casalegno, responsabile vendite dell'agenzia Quick di Ancona - La formazione non è mai abbastanza, e il web è un ottimo inizio per poi completarla in loco”.

“Nella quotidianità - aggiunge Paola Licata, titolare di Blu Gaja Vacanze di Cosenza - non è semplice conciliare l'aggiornamento con il lavoro; noi abbiamo a che fare con il pubblico, non possiamo stare nel retro al computer per seguire l'e-learning. Allora ne prepariamo un pezzetto per volta. È importante, per noi, tenerci aggiornati ed, essendo tagliati fuori dal circuito dei workshop tradizionali, internet è la soluzione migliore”.

Gli fa eco Cristiana Molinelli, responsabile vendite della Carousel Viaggi di Ancona: “I corsi online sono molto efficaci - osserva -, e per noi l'evento diretto dedicato a un aspetto particolare di una destinazione è il complemento ideale dell'aggiornamento su internet”.

Tecnologia e 'voice', la formula vincente

Qual è, allora, il suggerimento che viene dai dettaglianti? A sorpresa anche i più giovani non parlano solo di nuove applicazioni tecnologiche o social network, ma risolvono anche un elemento classico della comunicazione: il contatto umano. “A me manca proprio una voce cui fare riferimento nel momento in cui ho bisogno di risolvere un problema in tempo reale - spiega Maurizio Barbirotti, titolare di Viaggi Barbirotti a Salerno - Le competenze specifiche di chi



SIMONA FATTORETO
titolare Iquitos Viaggi



RINALDO BERTOLETTI
g.m. Atacama Travel



ANDREA SCARAMUCCIA
titolare Viaggi del Professore



MAURIZIO BARBIROTTI
titolare Viaggi Barbirotti



LUCA CASALEGNO
responsabile vendite Quick

conosce le destinazioni non si trovano solo sul web. Allora è fondamentale unire i due aspetti della comunicazione per dare al dettagliante un quadro completo del prodotto, tecnico ed esperienziale nello stesso momento”.

La richiesta agli enti è semplice: investire nelle tecnologie, ma da abbinare ai classici

workshop sul territorio. “Gli incontri tradizionali sono insostituibili” sostiene con convinzione Eleonora Lo Russo, titolare dell'agenzia Ele & Terry di Bari. Concorde con lei Loredana Rinaldi, direttore tecnico di Nessie Viaggi di Milano: “Il massimo, per me, è poter ascoltare i racconti di chi ama il Paese e ne ha conoscenza diretta perché, magari, ha vissuto lì per anni. Sono emozioni che il computer non sempre può dare”.

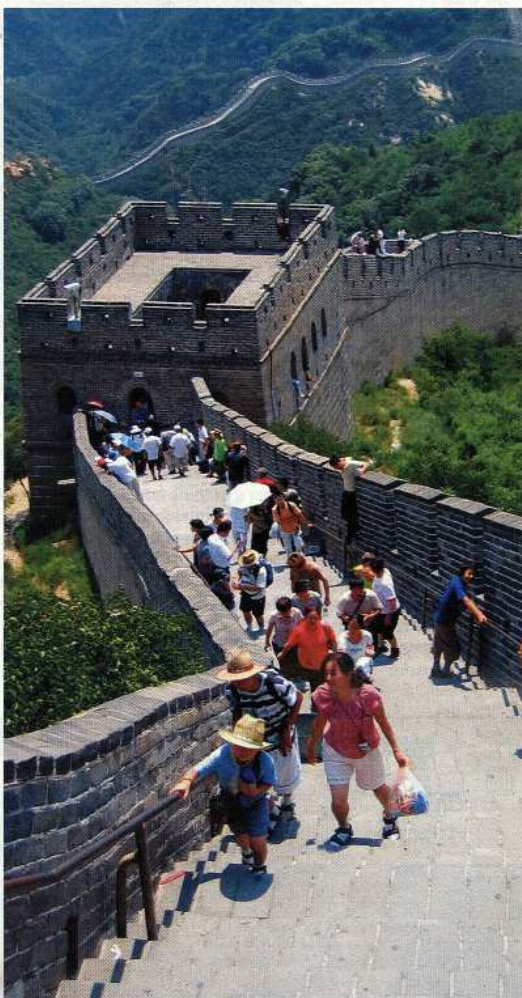
Ma Simona Fattoreto, titolare della Iquitos di Mestre, spezza una lancia in favore dell'e-learning: “L'impegno degli enti per informare meglio gli adv è lodevole e l'aggiornamento, anche sul web, è utile - dice -. La formula vincente è però quella che include web e 'voice'. È dunque importante anche il vecchio sistema del roadshow superconcentrato, magari organizzato anche all'ora del breakfast, quando siamo tutti più riposati e ricettivi”.

“Il turismo è in continua evoluzione - aggiunge Cristiana Molinelli - e abbiamo bisogno di interlocutori che ci aggiornino sull'attualità, sui cambiamenti in atto nelle varie destinazioni. I racconti dalla viva voce dei protagonisti hanno, per me, un valore aggiunto a supporto del web”.

Italia spaccata in due: il Sud è isolato

Il taglio dei costi influisce maggiormente sulle agenzie del Sud, come spiega Teresa Lovullo, titolare di Vite in Viaggio di Potenza: “Con il tempo i corsi di formazione si sono diradati sempre più - sostiene - soprattutto al Sud. È un vero peccato, sono occasioni preziose per noi”. “Gli enti? E chi li sente più?” sbotta Angelina Bagnoli, titolare della Perilmondo di Potenza. Le rappresentanze estere non interagiscono con noi e, se organizzano qualche evento, lo fanno al Nord e non ce lo comunicano”. Secondo Gino Campanella, titolare della Conca d'Oro Viaggi di Palermo, sarà un fatto territoriale, ma gli enti non arrivano in Sicilia: “Noi facciamo formazione interna - sottolinea - scambiandoci le informazioni che raccogliamo dal web o dai nostri viaggi personali. Spunti dagli enti del turismo non ne arrivano”.

Ma anche risalendo la Penisola il coro è unanime: gli incontri vis-à-vis in un anno si contano sulla punta delle dita. “Io mi documento per i fatti miei - sottolinea Mauro Polini, titolare di Centostelle di Firenze -, anche perché dagli enti nessuno mi contatta”.



“La realtà - osserva Rinaldo Bertoletti, general manager di Atacama Travel di Lumezzane, in provincia di Brescia - è che i workshop non sono produttivi, o almeno non se ne può valutare il ritorno diretto in termini di passeggeri e di pratiche effettuate. Allora, in tempi di crisi come questi, i fondi a disposizione dell'ente per questi eventi inevitabilmente si riducono”.

E-learning e viaggi la ricetta ideale

L'ideale, secondo Bertoletti, sarebbe unire un serio corso online all'educational sul campo, dal momento che la formazione territoriale resta comunque fondamentale per vendere bene una destinazione. Una formula vincente anche per Rosanna Tomasetto, direttore tecnico della Business Class Travel Service di Roma: “Bisogna abbinare il corso al viaggio, altrimenti non si è in grado di consigliare la clientela che, il più delle volte, entra in agenzia già molto preparata. Anche il work-

shop classico, da solo, non è proficuo se non è abbinato all'esperienza diretta”.

Andrea Scaramuccia, titolare de I Viaggi del Professore di Viterbo, concorda sulla sterilità di una preparazione solo teorica: “Il diploma post-corso non serve a niente se non ti portano sul posto a sperimentare prodotti inediti per il pubblico italiano - dice -. Io, ad esempio, mi sono trovato bene frequentando online un corso americano sui parchi a Orlando, dove l'ente ha invitato gli adv a una visita offrendo loro un pass per l'ingresso. L'agente, se è interessato, è disposto anche a pagare”. “Non mi interessa vedere tutti gli hotel, come succede negli educational dei t.o., anche perché li dimentico subito - osserva Loredana Rinaldi -. Preferirei un educational organizzato solo dall'ente, con la possibilità di vedere nuove mete. Sarei disposta a pagare anche un contributo, anzi la farei sarebbe un ottimo sistema per fare una selezione delle agenzie già a monte”.

Stefania Galvan