

GUIDA VIAGGI

Economia

27.05.2019 - 00:00

Atacama Travel il t.o. delle mete più proposte

Ha una filosofia tutta sua **Atacama Travel Lumezzane**. Ha 700 adv in mailing e porta avanti una politica commerciale che, "fortunatamente non fa leva sulle commissioni, vorrebbe dire che siamo fuori mercato con i prezzi – osserva il **titolare Rinaldo Bertoletti** -. L'altissima competenza di prodotto è la base, unita ad un rilevante rapporto qualità-prezzo su cui costruire credibilità, successo e fatturato". Interpellato sullo scenario attuale del tour operating, il manager sa "che i mercati si evolvono" e non ha paura delle macro-aggregazioni, anzi "ci fa piacere che arrivino – afferma -, possono solo creare un vantaggio ai piccoli operatori sul taylor made appunto e sulle specializzazioni, in quanto è un comparto che essi faticano a seguire e sul quale appaiono non completamente all'altezza".

Il progetto immediato su cui il t.o. si sta concentrando è legato "allo sviluppo dei social, per dare una penetrazione immaginifica ad un prodotto che non dovrebbe necessitarlo, ma per tendenze di mercato e mode, si affida spesso alle immagini che compaiono sui social - spiega Bertoletti -. Poi, a seguire, ci concentreremo sulla costituzione e l'ampliamento della rete dei collaboratori esterni".

Il trend della domanda

Parlando del trend della domanda, se gli si chiede quali siano le mete più richieste, Bertoletti ribalta la risposta, affermando che "le mete non sono identificabili come 'le più richieste', ma come le più proposte. Cerchiamo di assumere il ruolo di consulenti, analizzando la domanda ipotetica, le aspettative, i budget, i desideri, le indecisioni, le ansie dei passeggeri per tradurle in nostre proposte". Tra i riscontri si ha che "un'ottima risposta, per le mete proposte, è giunta dalla Lapponia, dalla Baja California, dai viaggi in treno e dalla Patagonia".

Guardando all'area del Sud America quali i Paesi che potrebbero essere spinti maggiormente sul mercato italiano? Bertoletti non ha dubbi, "il Brasile potrebbe essere la (ri)sorpresa del 2019, in quanto se n'è sottovalutato il potenziale – osserva il manager -, ultimamente, usando le solite tre mete classiche, Rio, Salvador e Iguassu, quando invece dispone di ben altro potenziale di luoghi per i nostri mercati ancora abbastanza misconosciuti".

Ecco quindi che tra gli investimenti dell'operatore è previsto un ampliamento del Brasile, oltre ad un restyling di Cile e Argentina.



EDITORIA - EVENTI - SERVIZI

DAL 1972 AL SERVIZIO DEL TURISMO PROFESSIONALE

MANIFESTO PER IL TURISMO ITALIANO
#RIPARTIAMODALLITALIA



HOME | [Ultime notizie](#) | [Rubriche](#) | [Lavoro](#) | [Eventi](#) | [Magazine](#) | [Focus](#) | [AboutHotel](#) | SEARCH

HOME > Notizie

[Share](#) 2 [Tweet](#) 0

Atacama Travel e la politica commerciale che non fa leva sulle commissioni

21/05/2019 15:38

Il titolare Rinaldo Bertoletti svela la sua visione: altissima competenza di prodotto, come base, e rilevante rapporto qualità-prezzo su cui costruire credibilità, successo e fatturato



Ha una filosofia tutta sua Atacama Travel Lumezzane. A partire dalla **politica commerciale** che, "fortunatamente **non fa leva sulle commissioni**, vorrebbe dire che siamo fuori mercato con i prezzi", spiega a Guida Viaggi il **titolare Rinaldo Bertoletti**, che, come sempre, mostra una sua originalità di pensiero che si differenzia dal resto del mercato per visione ed intuizione. Quali sono quindi le carte giocate dall'operatore per stringere il patto con le adv? "L'altissima competenza di prodotto è la base, unita ad un rilevante rapporto qualità-prezzo su cui costruire credibilità, successo e fatturato", risponde il manager.

Il t.o. ha **700 adv in mailing**, il progetto su cui sta lavorando è legato "allo **sviluppo dei social**, per dare una penetrazione immaginifica ad un prodotto che non dovrebbe necessitarlo, ma per tendenze di mercato e mode, si affida spesso alle immagini che compaiono sui social - spiega Bertoletti -. Poi, a seguire, ci concentreremo sulla costituzione e l'ampliamento della rete dei collaboratori esterni".

Parlando del **trend della domanda**, il manager ci tiene a soffermarsi sulle mete "più proposte, cerchiamo di assumere il ruolo di consulenti, analizzando la domanda ipotetica, le aspettative, i budget, i desideri, le indecisioni, le ansie dei passeggeri per tradurle in nostre proposte", è questo il tipo di approccio messo in atto. Detto ciò, l'operatore segnala di aver ricevuto "un'ottima risposta, per le mete proposte, dalla Lapponia, dalla Baja California, dai viaggi in treno e dalla Patagonia".

Inoltre, osserva che il **Brasile "potrebbe essere la (ri)sorpresa del 2019**, in quanto se n'è sottovalutato il potenziale". Infatti, tra gli investimenti dell'operatore è previsto un ampliamento del Brasile, oltre ad un restyling di Cile e Argentina. Per un approfondimento dell'argomento rimandiamo al prossimo numero di Guida Viaggi, il 1572 in cui sarà pubblicata l'intervista al manager. s.v.



Email *

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Tweets by @GvLive

Guida Viaggi Retweeted

ConfindAlberghi
@confalab

Perché #alberghi, perché #turismo, perché oggi. Abbiamo presentato a @Palazzo_Chigi @MEF_GOV @MISE_GOV @MiBACT @MinLavoro Un gigante chiamato industria turistico-alberghiera analisi realizzata con #CDPThinkTank @EY_Italy @GruppoCDP. Per saperne di più alberghiconfindustria.it/tema/stampa-co...



HOME

Ultime notizie

Rubriche

Lavoro

Eventi

Magazine

Focus

AboutHotel

SEARCH



HOME > Notizie

Share 12
 Tweet 0

A Gattinoni il 100% di One! travel

04/02/2016 12:37

L'obiettivo, rimarca a commento dell'operazione il presidente Gattinoni, "è di arrivare a raggruppare 1.000 agenzie partner di comprovata qualità"



VERSO L'ESTATE 2020

Pantelleria

VOLO + 7 NOTTI

DA € 541



Si è concluso positivamente l'accordo che vede Gattinoni Mondo di Vacanze Srl acquisire il 100% di One! travel Srl, società capofila del network di agenzie di viaggio One! travel experience, network che raggruppa oltre 100 agenzie di viaggi distribuite su tutto il territorio nazionale. Operazione di cui Gv aveva riportato dei rumors qualche mese fa.

"Questa importante operazione rientra nella nostra strategia di sviluppo e crescita ponderata e qualitativa del network - afferma Franco Gattinoni, presidente e direttore generale Gruppo Gattinoni -. One! travel experience è un network storico e strutturato che raggruppa agenzie di qualità e

professionalità in linea con la nostra filosofia, ubicate su tutto il territorio nazionale e in aree di interesse coerenti con il nostro sviluppo geografico".

L'obiettivo, "come già comunicato", è di arrivare a raggruppare 1.000 agenzie partner "di comprovata qualità, a condizione che ognuna di esse creda fortemente nel nostro percorso e nei nostri progetti raccogliendo in modo costruttivo i diversi contenuti e le attività promosse dal network ma allo stesso tempo dimostrandosi proattiva e mettendosi fortemente in gioco". Il target di 1.000, rimarca Gattinoni, "è per noi una numerica giusta, sia come massa critica di valore per operare con i nostri fornitori, e sia da garantire alla singola agenzia partner una relazione continuativa e personalizzata da parte della direzione".

Le agenzie One! travel experience hanno scelto di sposare il progetto Gattinoni, aderendo al network che raccoglierà, sotto l'unico brand Gattinoni Mondo di Vacanze, un totale di 750 agenzie di viaggi distribuite su tutto il territorio nazionale.

"Il nostro progetto, raggiunto un interessante punto di sviluppo, ha trovato nel Gruppo Gattinoni un partner di totale riferimento - così spiega il senso dell'operazione Rinaldo Bertoletti, a.d. One! -. Fedeli al pragmatismo che ci ha sempre contraddistinto e alla ricerca dell'interesse dei nostri associati, abbiamo abbracciato con entusiasmo la proposta di entrare a far parte di un network del quale non solo condividiamo la filosofia, ma anche gli obiettivi e, soprattutto, il modo di interpretare la distribuzione nello scenario turistico odierno".



Email *

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Tweets by @GvLive

Guida Viaggi Retweeted

 ConfindAlberghi
@confalb

Perché #alberghi, perché #turismo, perché oggi. Abbiamo presentato a @Palazzo_Chigi @MEF_GOV @MISE_GOV @MIBACT @MinLavoro Un gigante chiamato industria turistico-alberghiera analisi realizzata con #CDPThinkTank @EY_Italy @GruppoCDP. Per saperne di più alberghiconfindustria.it/tema/stampa-co...

MEDIA HOTEL RADIO
 The Voice of Hospitality

Leggi gli approfondimenti sul nostro magazine

