

Le iscrizioni al Travel Hackathon sono aperte!

GUIDA VIAGGI

DAL 1972 AL SERVIZIO
DEL TURISMO PROFESSIONALE.
EDITORIA, EVENTI E SERVIZI



HOTEL #Rosso Sicaniasc

AREAUTENTI LOGIN HOME

Home **Ultime notizie** ▾ Web TV **Rubriche** ▾ Servizi online ▾ Lavoro **Eventi** **Settimanale** **Mobile**



RUBRICHE INTERVISTE

Viaggiatore interessato e curioso: è il cliente di Azonzo Travel

Buon rapporto con un numero selezionato di agenzie di viaggi, centralità del web ma niente social: "Per adesso il nostro obiettivo principale è far sì che il nostro sito sia ottimamente posizionato su Google e sugli altri motori di ricerca - dichiara il ceo Fabio Chisari -. E' il nostro target primario e vitale".

Like Tweet

Buon viaggiatore, interessato, curioso, competente, consapevole. Con un profilo socio-culturale elevato. Questa la fotografia del cliente **Azonzo Travel**, secondo quanto ci ha detto **Fabio Chisari**, ceo del tour operator. "In estate e a Natale fa viaggi di 15-20 giorni, mentre negli altri periodi dell'anno la durata è di 8-12 giorni", aggiunge il manager rimarcando che il comportamento del viaggiatore tipo non è molto cambiato nel tempo, a parte una sempre più marcata tendenza a prenotare sotto data, "per il resto ha desideri precisi, sa esattamente cosa vuole e cosa si aspetta da un viaggio".



Il t.o. milanese ha fatturato nel 2013 circa 1 milione 300mila euro. **Il 2014 si è aperto in linea con l'anno precedente**: considerate che quelle che Chisari definisce le fasi più decisive, estate e Natale, sono ancora da chiudersi, il manager non si sbilancia in previsioni sull'anno in corso.

IL PRODOTTO

Quest'anno la meta su cui Azonzo Travel ha lavorato di più è stato **l'Iran**, destinazione che ha registrato un incremento rispetto agli anni precedenti del 500%. Non mancano, poi, le novità. "Ogni anno proponiamo cose nuove. Quest'anno le new entry sono **Corea del Sud e Angola**". La prima "è una vera primizia per il mercato italiano. Abbiamo un bel viaggio pronto di gruppo a ottobre, mese climaticamente ideale per visitare il Paese. Pochissimi operatori la offrono, si contano sulle dita di una mano sola, e avanzano anche delle dita", osserva il ceo. Anche l'Angola è una destinazione "inusuale": in passato il t.o. ha già organizzato viaggi solo su richiesta, su misura, mentre quest'anno è stato organizzato un viaggio di gruppo, ad agosto.

IL TRADE

Azonzo Travel, che di base ha un business model basato sulla vendita diretta al cliente finale, non fa una vera e propria comunicazione al trade, anche se **lavora con diverse agenzie di viaggi**, "un numero selezionato di adv con le quali negli anni siamo entrati in contatto, che hanno un'ottima clientela, di veri viaggiatori". Solitamente da questi punti vendita viene la richiesta di sviluppare dei programmi di viaggio ad hoc per i clienti, spesso "non sanno proprio a chi rivolgersi, e scrivendo a noi hanno la garanzia di poter avere proposte di qualità, ad ottimi prezzi, per qualsiasi Paese del mondo, riuscendo ad esaudire qualunque richiesta ricevano". Chisari tiene a ribadire che con queste agenzie il rapporto è ottimo.

E il web? chiediamo infine. "Per noi il web è tutto. E' il nostro catalogo, la nostra vetrina universale". Però **niente social**. "I nostri clienti sono, nella stragrande maggioranza dei casi, ancora degli internauti 1.0. (web e e-mail)", spiega il manager, non escludendo che in futuro il t.o. possa anche prendere in considerazione l'ipotesi di aprirsi al mondo dei social. "Per adesso il nostro obiettivo principale è far sì che il nostro sito sia ottimamente posizionato su Google e sugli altri motori di ricerca. E' il nostro target primario e vitale".

Autore: Emanuela Comelli - 01.07.2014

TAGS: AZONZO TRAVEL

Recommend Share Sign Up to see what your friends recommend.



Comment

Facebook social plugin

Cerca su GuidaViaggi

Vail



Tweets Follow

GUIDA VIAGGI Guida Viaggi @GvLive 51m

Times are changing and @AmericanAir also: new tail with the new logo on aircrafts [At #Malpensa waiting for new 767] pic.twitter.com/7rMTkhwKGt



Tweet to @GvLive

RUBRICHE & APPROFONDIMENTI

- 
FORMAZIONE HOTEL
 Quanto vale la tariffa giusta nel leisure
 - 
INTERVISTE
 Messico: "Allo studio un volo Blue Panorama per Merida"
 - 
ATTUALITÀ
 Destinazione Umana: il turismo si fa relazionale e lo "mappa" con le persone
- [Guarda tutte le Rubriche](#)

IN PRIMO PIANO

- NoFrills 2014

Expo 2015

Paese Egitto

New Livingston

Alitalia

Settimanale
WebTv



GuidaViaggi settimanale

In questa sezione potete consultare e sfogliare gli articoli e i servizi di approfondimento pubblicati nel settimanale in distribuzione in questi giorni.

N. 1450 : [Leggi gli articoli](#)

EXPO

2015

Istruzioni per l'uso

Come far rendere al meglio un'occasione unica di business

Corsi formativi gratuiti specifici per agenzie, hotel e operatori



Decine di startup incontrano un centinaio di investitori e migliaia di agenzie, hotel e operatori.

Per la prima volta

GUIDAVIAGGI AZIENDA

Chi siamo
Per la pubblicità sui nostri media
Invio comunicati stampa
Links
Credits
Home

VISITATORI - TUO ACCOUNT

Area Utenti: Profilo & Password
Aiuti
GV UpDATE
GuidaViaggi Mobile
Prima visita?
Nuovi servizi

UTILITIES

Ricerche avanzate
Ricerche di mercato
Clima nel mondo
Manifestazioni
Operatività aeroporti
Scioperi
Vaccinazioni

EVENTI

NoFrills
Meeting Suisse
MARTEDiturismo