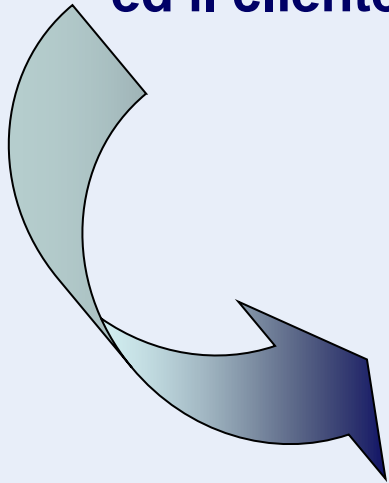


# LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► Il cliente finale : vero driver del processo?

L'evoluzione dei sistemi di distribuzione, a seguito dell'evoluzione tecnologica, ha facilitato sempre di più il contatto diretto tra ogni anello della catena di distribuzione ed il cliente finale



**Il Cliente ora può effettuare la propria scelta d'acquisto confrontando, direttamente da casa, le offerte che il mercato, ha generato, e/o da lui sollecitate, paragonando prezzi, qualità offerta, rispondenza ai propri sogni ed alle proprie esigenze**

# LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



▶ Il cliente finale : vero driver del processo?

## CONCORRENZA PERFETTA:

“Un’economia di concorrenza perfetta, è un sistema di informazione nel quale tutto il bagaglio informativo necessario a ciascun soggetto economico per prendere decisioni, consiste nella conoscenza completa di prezzi e dati, noti a tutti, e da tutti trattati”

(F. Von Heyek 1948)

# LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► Il cliente finale : vero driver del processo?

In un simile mercato nessuno ha una posizione dominante



allora il vero “RE” è il cliente, che, autonomo nel momento di decidere, ha il potere di determinare, attraverso la propria scelta, il successo o l’insuccesso delle iniziative di vendita di chiunque.

Ma è veramente questa la situazione attuale?

# LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► **Il cliente finale : vero driver del processo?**

**Per capirlo dobbiamo rispondere a queste domande:**

- **Il nostro “comportamento d’acquisto” è realmente “autonomo”?**
- **E’ realmente facile trovare il “nostro” viaggio su internet?**
- **Sono realmente trasparenti i motori di ricerca?**

# LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► Il cliente finale : vero driver del processo?

**Il nostro comportamento d'acquisto è realmente autonomo?**

**Sicuramente si per i prodotti più semplici (treno, aereo)  
ma l'importanza che noi diamo all'acquisto della nostra  
vacanza (realizzazione del nostro sogno) ci spinge a  
ricercare un aiuto/consulente che ci guidi nel momento  
della scelta...**

**Siamo noi stessi a non voler essere autonomi nel momento  
dell'acquisto di Turismo.**

# LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► Il cliente finale : vero driver del processo?

- E' realmente facile trovare il “nostro” viaggio su internet?

<b>Ricerche effettuate con Google</b>	
<b>Oggetto della ricerca</b>	<b>Qtà di siti</b>
<b>Travel</b>	<b>143.000.000</b>
<b>Travel Italy</b>	<b>162.000</b>
<b>Vacanze Italia</b>	<b>29.700</b>
<b>Mare tropicale</b>	<b>646.000</b>
<b>Caraibi</b>	<b>406.000</b>
<b>Hotel Caraibi</b>	<b>10.600</b>
<b>Portofino</b>	<b>526.000</b>

**La quantità delle informazioni disponibili rende difficile la scelta**

# LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► Il cliente finale : vero driver del processo?

- Sono realmente trasparenti i motori di ricerca?

Spesso le “prime posizioni” sugli schermi di risposta dei motori di ricerca derivano più da accordi commerciali con il gestore del motore che dalla reale rispondenza tra oggetto della ricerca e risultato della stessa, anche perché la ricerca è spesso molto generica e lascia spazio ad ampie possibilità di risposta, all’interno del quale facilmente si possono inserire “preferenze” derivanti da accordi.

**Maggiore è la “forza commerciale” di un produttore, più facilmente esso si troverà in posizione privilegiata al momento della scelta d’acquisto**

# LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► Il cliente finale : vero driver del processo?

E allora ??????

Dobbiamo rispondere utilizzando le parole di Tancredi, nipote del Principe di Salina, nel Gattopardo...

**CAMBIARE TUTTO PER NON CAMBIARE NULLA**



# LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► Il cliente finale : vero driver del processo?

Che significa?

Significa che internet deve essere considerato per ciò che realmente è:

**UN NUOVO, POTENTISSIMO SISTEMA DI CONNESSIONE**

e, come tale, non può modificare i “fondamentali” che hanno regolato, continueranno a regolare il mercato e decreteranno sempre il successo di ogni attività commerciale :

- ✓ La conoscenza dei bisogni del cliente
- ✓ La capacità di soddisfarli

Utilizzando tutti gli strumenti che di volta in volta lo sviluppo tecnologico ci mette a disposizione