

Nasce nel 2004 l'agenzia specializzata nel marketing turistico



Come nasce il marchio Arcadelphi Viaggi srl? Il marchio nasce nel 1994 con il nome Algian Viaggi Network; nel 2004 nasce il Gruppo Arcadelphi Viaggi specializzato nel marketing turistico che, tre anni più tardi, si fonde con la realtà già collaudata dell'Algian dando vita all'attuale entità aziendale.

Cosa vi ha spinto allo sviluppo del franchising? L'offerta del franchising si è sviluppata gradatamente. Già dal secondo anno di vita, la sede centrale, elaborava e forniva altre agenzie di viaggio di zona e limitofe al punto vendita, servizi accessori quali la biglietteria e la consulenza gestionale; l'elaborazione dell'offerta franchising è stata la naturale evoluzione, la volontà cioè di creare una rete vendita solida e di qualità.

Perchè un imprenditore dovrebbe interessarsi al vostro franchising? Il nostro è un gruppo dinamico e flessibile, siamo consapevoli che un'agenzia di viaggi non può sopravvivere con la sola intermediazione turistica, quindi il neo agente di viaggio deve essere in grado di sviluppare mercati alternativi come quello del business travel e dell'incoming, che da anni sono tra i settori produttivi che garantiscono maggiore remunerazione. Inoltre la maggior parte dei franchisor, pur essendo consapevoli dei limiti del ruolo dell'intermediazione turistica, tendono a limitare la figura professionale degli affiliati e di conseguenza limitano la loro formazione e conoscenza culturale, soprattutto per il timore che la troppa formazione possa determinare una maggiore autonomia di ciascuno di essi tale da scaturirne un futuro distacco; il nostro obiettivo è ben diverso! Noi lavoriamo sulla formazione e intendiamo l'affiliazione come un percorso formativo da affrontare insieme ai nostri affiliati, con lo scopo di rinnovare la fiducia esistente attraverso un efficace apporto.

Quali vantaggi offre la formula in franchising Arcadelphi Viaggi? Tutte le nostre formule di affiliazione presentano lo stesso obiettivo: aprire un'agenzia di viaggi. La differenza tra ciascuna di esse è determinata da una serie di prodotti e servizi che accelerano il ritorno dell'investimento. Molti franchisor, tendono a promuovere la formula di affiliazione più costosa senza minimamente considerare la reale disponibilità finanziaria dell'affiliato e le potenzialità della zona, della location e di conseguenza tendono ad omettere una pianificazione economica iniziale destinata all'ammortamento dei primi mesi di attività; a nostro parere la cosa più importante è l'analisi del budget iniziale e le relative capacità economiche dell'affiliato.

Che consigli darebbe a chi intende affidarsi al vostro brand? Sentire attentamente le proposte degli altri franchising e studiare il nostro sistema di affiliazione.

Quali sono gli obiettivi futuri? Stiamo selezionando dei nuovi candidati per aprire punti vendita nelle aree nelle quali non sono ancora presenti i nostri punti vendita ed avviare il progetto INCOMING. Abbiamo l'obiettivo di presentare una serie di prodotti e servizi alla clientela i quali faranno leva sull'esperienza diretta dei nostri affiliati. Abbiamo già elaborato per questo la formula di affiliazione Master Franchising e stiamo selezionando candidati che potrebbero operare in zone come: Calabria, Palermo, Siracusa.

Operate solo sul territorio nazionale o anche all'estero? Stiamo elaborando un progetto che prevede aperture in Francia e Spagna ed è basato sul progetto INCOMING

Quali sono le zone che offrono le migliori opportunità? Come abbiamo già spiegato, se parliamo della pura e semplice intermediazione turistica, sicuramente il candidato del centro nord è quello più avvantaggiato, ed è anche il più ricercato dai franchisor; in breve è quello che garantisce maggiori opportunità di successo. Se parliamo di uno studio delle opportunità, partendo non dalle capacità economiche dell'affiliato ma dalle opportunità che il territorio offre, non ci sono limiti oltre la reale volontà di cambiare vita ed avviare il più bel lavoro del mondo.

Quali sono le caratteristiche minime per aprire un punto vendita con il vostro brand? Non esistono caratteristiche minime, oltre quelle dettate dalla vivibilità del punto vendita; i limiti sono più riferiti alle capacità di ciascun affiliato e alla reale volontà di fare imprenditoria; il vero limite è raffigurato da colui che resta seduto dietro la propria scrivania in attesa che il cliente entri; è un po' come se affermassimo che "IL LIMITE SEI TU" oppure "TU RAPPRESENTI IL TUO STESSO LIMITE"

Quali caratteristiche salienti vengono ricercate in un candidato al vostro franchising? Per precisare noi non ricerchiamo candidati, ma presentiamo un progetto di vita da condividere e quindi la richiesta parte dai candidati. Riceviamo moltissime richieste di affiliazione, da "sognatori", cioè coloro che amano farci perdere tempo e che inviano la richiesta semplicemente perchè amano viaggiare; fortunatamente però ci sono anche le persone che noi reputiamo "Serie", cioè si interessano realmente al progetto **Che cosa offre l'azienda all'affiliato in**