



Nome Azienda Candidata: **Atlantic Technologies**
Nome e cognome referente: **Ludovico Baiano**
Titolo Progetto: **“Evolution” Welcome Travel Group**

Welcome Travel Group (WTG) è un **network di agenzie viaggi** che conta circa **2.500 agenzie sul territorio** ed è punto di riferimento nella scelta di viaggi e vacanze per oltre un milione di clienti all'anno. Nata nel 1999, è **partecipata equamente da Alpitour e Costa Crociere**.

Da anni, **le agenzie sono spinte a innovare il proprio approccio verso il Cliente per essere in grado di rispondere alle esigenze dei viaggiatori** e stare al passo con la concorrenza dei canali digitali. La **pandemia**, con il suo impatto nel **settore Travel&Hospitality**, ha accelerato ulteriormente la **necessità di ridefinire il proprio approccio al mercato** e valorizzare le potenzialità date dall'**innovazione digitale**.

Il progetto “Evolution” di Atlantic Technologies per WTG nasce dalla necessità di:

- **Velocizzare la collaborazione** tra tutti i reparti aziendali (Sales, Service, Marketing, BI);
- Permettere al Network “WTG” di **ingaggiare le proprie agenzie** e i **clienti** finali in maniera più strutturata;
- **Valorizzare i dati raccolti** per avere un **time to market rapido** e ottenere un vantaggio competitivo;
- Tenere traccia e avere **“memoria digitale” del cliente** per poter effettuare azioni di marketing personalizzato.

Durante il progetto, l'acquisizione di “GEO”, è stata una complessità ulteriore che ha richiesto di **integrare due network differenti e armonizzare i relativi processi**.

La soluzione

Il progetto è nato con l'idea di portare una **piattaforma unica e centralizzata al Network e alle agenzie collegate**.



La creazione di un portale dedicato e interconnesso ha permesso alle **Agenzie** affiliate di:

- Gestire e modificare autonomamente un proprio database attraverso un **CRM**, che sia in grado di profilare i viaggiatori e identificare i loro bisogni tramite lo storico delle interazioni;
- **Acquistare servizi** dal network **in modalità Self** (sito web, contenuti digitali ecc);
- Gestire preventivi diretti grazie alle **integrazioni con i più noti tour operator** (Alpitour, Costa) e gestionali di settore;
- Avere **accesso diretto al supporto del network** anche attraverso la sezione FAQ;
- Permettere alle proprie Agenzie di **costruire delle campagne personalizzate Marketing in ottica B2B2C**, ovvero basate sulle profilazione dei propri viaggiatori oltre che sulla base della preventivazione o conferme effettuata.

Lato **WTG**, il **reparto Sales** è stato abilitato a:

- Gestire processi di affiliazione con nuove agenzie;
- **Ridurre le tempistiche** di attivazione attraverso l'uso di DocuSign in relazione alla firma dei contratti;
- **Ottimizzare le distanze** percorse nel giro visite;
- Gestire i processi di upselling
- **Monitorare KPI** del venduto e dei costi sostenuti;
- Avere una chiara visione dei fatturati per segmento e settore.

La soluzione per il **Customer Care** ha permesso di:

- Ricevere ticket puntuali e suddivisi per per tipologia/skills dell'operatore attraverso una corretta alberatura per il routing;
- Chattare real time con le agenzie territoriali per problematiche urgenti;
- Monitorare l'avanzamento e i vari stati dei ticket attraverso un sistema di dashboarding;



Le fasi del progetto

- **Pilota** (*febbraio 2022*)
Abilitazione iniziale dei team Sales, Service, Marketing di alcune agenzie "Innovator" - per feedback rispetto all'utilizzo;
- **Fase 1** (*aprile 2022*)
Abilitazione complessiva di 6000 addetti vendita e lancio dell'ambiente relativo alla BI;
Training con metodologie di *change* per l'ingaggio e il raggiungimento degli utenti.
- **Fase 2** (*ongoing*)
Enhancement sulle piattaforme attuali (programmi loyalty, gestione documentazione, DMS contenuti editoriali e immagini, integrazione barra telefonica) e testing per un'innovazione continua.

Benefici

Il progetto ha permesso di mettere il **cliente finale al centro** di una strategia di **digital transformation guidata dai dati**. I benefici:

- **Riduzione dei tempi** di collaborazione tra reparti;
- Visibilità delle informazioni in un'**unica piattaforma**;
- Visibilità dell'**andamento aziendale**;
- Ottimizzazione del **time to market**;
- **Dati in real time** per prendere decisioni strategiche;
- **6.000 persone coinvolte** e formate

In un **mercato in continua evoluzione** come quello del turismo, identificare le esigenze dei propri clienti finali e proporsi sul **mercato in tempi rapidi** con la **miglior proposition** è il **valore differenziante** rispetto ai competitor. Tutto questo è stato possibile grazie alla piena visibilità dei dati raccolti dal mercato e la conoscenza dei singoli viaggiatori.



Il progetto può considerarsi replicabile, innovativo e originale in quanto:

- Il modello ideato può essere **applicato facilmente ad altri settori**;
- La nostra **metodologia di change management** può coinvolgere **grandi quantità di utenti**;
- Le **integrazioni con sistemi già in uso e verticali** del settore costituiscono un boost innovativo per altri player.
- **Investire in un progetto di digitalizzazione nel settore travel durante una pandemia, è stata una scelta lungimirante e innovativa.**
- Grazie ad alcune feature (digitalizzazione preventivi, Salesforce Maps) si è arrivati **all'ottimizzazione di risorse** e alla **riduzione** di tempi, distanze e, più in **generale, di emissioni di CO2.**