



Il Modello ET e il WEB

Le figure del Network

La Psicologia

Il modello Evolution Travel
spiegato dal Blog di Luca

Baldisserotto

www.lucabaldisserotto.com

← I Fondatori di Evolution Travel
Mioara Dragomir e Luca Baldisserotto

Il modello Evolution Travel

Il Modello ET e il WEB

la tecnologia

1. Cosa voglio e cosa intendo con Network.
2. Evolution Travel è un insieme di Imprese!
3. Come Internet ha influenzato le Adv e i TO in Italia.
4. La nascita dell'era dell'informazione, grazie al web e quindi al moltiplicarsi delle opportunità di successo.
5. "Quanto posso guadagnare col modello Evolution Travel?"
6. Da dove provengono collaboratori e clienti?
7. Nel Web si vende di più in alta o in bassa stagione?
8. Il settore delle Agenzie di Viaggio è sovraffollato?
9. Vale più un cliente nuovo o un cliente fidelizzato?
10. Si parla di Facebook !
11. Expedia, Lastminute.com, Edreams sono...
12. Fiducia nel Web...che palle... :(
13. Qual'è il punto più debole del modello Evolution Travel?
14. Qual'è uno dei valori più importanti nel modello Evolution Travel?
15. Ottima opportunità di collaborazione e crescita per il Network Evolution Travel
16. Il Market Place Evolution Travel
17. Evolution Travel Friends
18. Come vedo Evolution Travel fra 5, 10, 15 anni
19. Flussi XML e Tour Operating elettronico nel mondo del turismo!
20. Evolution Travel nel Tour Operating Elettronico!
21. Come sarà l'evoluzione dei Tour Operator nei prossimi 20 anni?

Le figure del Network le competenze

1. Il PRG, ossia del Promtore di riferimento di gruppo.
2. PRP e PTO, ossia i Promotori di riferimento per i prodotti turistici.
3. La nuova figura dell'Etraveller, che coinvolge il pubblico: l'ETraveler

Il Consulente ET la psicologia

1. L'importanza di non associare l'identità del venditore a quella del Consulente.
2. Che percezione hai del marketing e della vendita?
3. Vuole o non vuole? Capace o incapace di svolgere il proprio lavoro?
4. Come la paura blocca l'azione e impedisce l'arrivo dei risultati.
5. Se non vuoi critiche, accontentati di vivere nella media.
6. Un altro ostacolo da superare, soprattutto quando si lavora online a distanza, ossia le presupposizioni.
7. Dalle presupposizioni al pettegolezzo: quanto può essere negativo per la propria attività.
8. Una serie di domande importanti, per chiunque voglia passare da una realtà di lavoro dipendente ad autonomo.
9. Cosa può ostacolare la riuscita dell'attività del Consulente ET.
10. Come avere il controllo di ciò che si fa.
11. Qual è il tuo gruppo dei pari?
12. Quanto conta l'ambiente in cui telelavori?

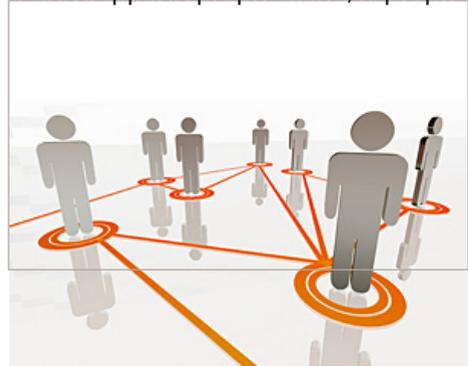
Il Modello ET e il WEB

la tecnologia

1 Cosa voglio e cosa intendo con "Network"

Il miglior Network è quello che permette al maggior numero di persone di interconnettersi e collaborare attivamente, al fine di raggiungere il proprio scopo con successo e permettendo a ciascun singolo di sviluppare i propri talenti, le proprie passioni e il proprio ruolo!

Non vedo futuro per l'agenzia di viaggi il cui titolare deve essere esperto di tutto (viaggi, Internet, marketing, vendite, contabilità ecc..) e non vedo futuro per i network il cui vertice decide tutto e costringe gli altri a seguirlo in modo passivo.



Credo nei network che riescono a sviluppare una piattaforma collaborativa aperta, composta da strumenti, risorse e regole che permettano a ciascuno di collaborare attivamente e in tempo reale per vendere, creare prodotti turistici e/o strategie di marketing, in costante contatto e scambio con gli altri membri della stessa rete!

Credo che il singolo avrà sempre meno possibilità di farcela in un mondo, come quello turistico, in cui essere agente di viaggi non significa più essere esperti di una destinazione, ma possedere nozioni di comunicazione, marketing, vendite, Internet, contabilità, aspetti legali, tecnologia ecc...

Quindi, dal momento che non si può essere esperti di tutto, la soluzione è l'inserimento in un network che permetta di dare e avere le competenze che servono per sviluppare il proprio sogno nel mondo turistico! Grazie al web tutto questo è già fattibile e il mondo del turismo è il settore perfetto per trarne i massimi vantaggi!

2 Evolution Travel è un insieme di Imprese!

EvolutionTravel è un nuovo modo di fare impresa nel mondo del turismo, non solo da un punto di vista marketing e vendita, poichè basa i propri strumenti su internet, ma anche da un punto di vista organizzativo!

Evolution Travel è l'Agenzia di Viaggio e Tour Operator e i Promotori collegati sono le singole imprese che la compongono!

Sì, imprese, perchè ogni Promotore Evolution Travel è iscritto in camera di commercio al registro imprese ed è responsabile della propria organizzazione, dalla pubblicità al modo di restare in contatto col cliente, secondo le regole contrattuali concordate con



Evolution Travel, dal momento che è e resta quest'ultima l'Agenzia di Viaggio in possesso della licenza e l'unica responsabile a tutti gli effetti di Legge nei confronti dei clienti viaggiatori! Infatti il soggetto che inizia e conclude sia il processo economico, con incasso e pagamento ai fornitori, sia il processo contrattuale coi clienti tramite il contratto di viaggio, è Evolution Travel!

Premesso questo, è facile capire come il modello EvolutionTravel sia innovativo anche sotto il punto di vista organizzativo, quasi come uno Studio Associato, ossia una piattaforma collaborativa aperta in cui la sede svolge una parte del lavoro (contabile, fiscale, legale, burocratico), mentre i Promotori Evolution Travel fanno il resto (consulenza ai clienti...che se vogliamo è la parte più bella da fare), ma entrambi sempre con una veste imprenditoriale e assumendosi la piena responsabilità dei propri compiti e, quindi, dei propri risultati!

A fronte di questi ruoli si suddivide la redditività prodotta dalla vendita di ogni viaggio e l'impresa del Promotore può percepire fino al 72,5% della redditività stessa, quindi la fetta più grande!

Com'è composto questo 72,5%? Il 50% come da contratto, poi una scaletta fino ad un 10% calcolata come incentive su diversi livelli di produzione e un 12,5% come PRS/PRP. Totale raggiungibile 72,5%, praticamente i 3 quarti della redditività su ciascuna vendita!

Perchè resta la fetta più grande al Promotore? Semplice, a me basta guadagnare poco ma con tutti! Alla fine, la somma, sarà comunque importante! Certo, ci vuole tempo, anni e siamo già ad un ottimo punto, perchè ne sono già trascorsi 14 (dato aggiornato in data novembre 2014) e tanta pazienza per creare un volano importante con piccoli margini, ma sarà un volano inarrestabile e vivrà di forza inerziale propria! Per l'impresa del Promotore, invece, dev'essere tutto molto più veloce e, quindi, guadagnare da subito la parte più grossa della redditività!

Redditività frutto del proprio lavoro autonomo e deve avere anche la stessa possibilità imprenditoriale mia, ossia avere "piccoli" margini sulle collaborazioni con altri Promotori del Network (vedi incentive e Prs/Prp)! Margini che col tempo diventano cifre importanti e rappresentano anche in questo caso un volano che vivrà di forza propria, impiegando l'effetto leva, grazie alle collaborazioni con gli altri Promotori Evolution Travel, che il Promotore stesso riuscirà a creare, coltivare e a mantenere!



Evolution Travel rappresenta, quindi, una piattaforma collaborativa aperta, in perfetto stile web 2.0, in cui chiunque, appassionato di turismo e non solo (anche di marketing e comunicazione), può "agganciarsi" e sviluppare il proprio business, senza necessariamente dover aprire un'Agenzia di Viaggi con tutti i relativi costi fissi, ma pagando solamente un costo variabile che può arrivare, sulla base del calcolo sopra riportato, fino ad un solo 27,5% (100% - 72,5%).

La forza di Evolution Travel non è altro che la somma delle singole forze, delle singole imprese (Promotori), messe assieme, in cui non sono io l'Agente di Viaggio, ma i Promotori stessi! Io e Mioara ci sentiamo e siamo i costruttori e i meccanici dell'organizzazione, niente di più!

La forza di Evolution Travel non è altro che la somma delle singole forze, delle singole imprese (Promotori), messe assieme, in cui non sono io l'Agente di Viaggio, ma i Promotori stessi! Io e Mioara ci sentiamo e siamo i costruttori e i meccanici dell'organizzazione, niente di più!

L'organizzazione Evolution Travel è il risultato di un nuovo e vincente schema distributivo, frutto di un settore in crisi e dell'evoluzione tecnologica, grazie all'avvento di internet! In un anno come il 2008, fra i peggiori di sempre nel campo turistico (praticamente tutti gli operatori lamentavano diminuzioni più o meno elevate di vendite) la nostra organizzazione ha avuto un incremento del 27% medio annuo di vacanze vendute! Sinceramente, io, mi aspettavo di più, ma non posso certo lamentarmi, visto i problemi legati al prodotto mare Italia e al momento economico, ma è proprio in momenti duri come questo, che modelli nuovi come il nostro hanno la meglio!

Il concetto fondamentale che voglio far comprendere con questo articolo è che Evolution Travel è un insieme di Imprese e non una singola Impresa in cui Luca e Mioara sono i titolari e tutti gli altri collaboratori e assistenti. Se così fosse non avremmo la forza che abbiamo oggi, perchè da soli mai ci saremo riusciti, così come mai ci sarebbe riuscito alcun Promotore da solo! La forza sta nell'insieme del gruppo, cioè nel Network e non nei singoli!

In sostanza voglio un Network di coimprenditori e non di aiutanti!!

Oggi abbiamo tutto e di più, struttura, modello di lavoro sempre più evoluto, tecnologia, conoscenze turistiche, marketing, web e chi ne ha più ne metta... siamo talmente evoluti e articolati che un neo Promotore mi ha confessato che solamente dopo 2 settimane di corso ha capito veramente il valore enorme delle risorse e strumenti a sua disposizione, quindi cos'altro può fare la differenza per ottenere risultati di successo?

Beh..oggi la chiave del successo è tutta legata al concetto che ognuno ha di se stesso e più questo migliora, più migliorano i risultati!!

E'tutto legato all'identità e ai suoi valori! Se fai parte del Network Evolution Travel devi essere un imprenditore e ragionare come tale. Se non lo sei, niente paura, lo puoi diventare, ma devi studiare e applicare ciò che impari! Non basta l'intenzione, deve seguire l'azione, sempre!!

E i valori principali per una qualsiasi persona di successo, che sia in EvolutionTravel che in qualsiasi altro settore, anche sportivo, sono:

1. **Responsabilità:** le persone di successo accettano sempre e in ogni caso di essere gli unici responsabili delle proprie azioni, quindi dei propri risultati!! I perdenti, al contrario, sono alla costante ricerca di colpevoli, per poter giustificare i propri insuccessi!
2. **Coraggio:** è normale avere paura, la differenza è che le persone di successo affrontano le loro varie paure, mettendo in atto subito azioni su azioni, senza aspettare che queste paure si ingigantiscano col tempo e li blocchino. Il più delle volte ci si accorge che sono paure del tutto infondate! Sono convinto che ci siano persone in gamba e sulla carta vincenti, le quali non diventeranno mai Promotori Evolution Travel solo per la paura che li blocca nel prendere una semplice decisione, ossia di farlo!
3. **Impegno:** non basta aver chiaro di volere una cosa, ma occorre anche scegliere fermamente di volerla e impegnarsi nell'ottenerla, secondo il motto "vincere o morire"!
4. **Preparazione:** come è impensabile per uno sportivo arrivare e restare al vertice senza allenarsi costantemente, così è anche in tutti gli altri campi per tutte le altre categorie! Non si può pensare di migliorare i propri risultati se non si migliora la preparazione, sia personale che professionale! Ma cosa fa la maggior parte delle persone? Legge, mediamente, un solo libro all'anno, inerente al proprio campo e attende passivamente ogni giorno, con la speranza che i risultati arrivino da soli. L'unica loro preoccupazione è cosa faranno in TV alla sera!
5. **Passione:** se non ami ciò che fai, stai facendo il lavoro sbagliato! Che cosa ti emoziona? Che cosa ti fa sentire vivo? Ecco è quello che devi fare! Alla domanda "Che lavoro fai?" La risposta dev'essere "Non sto lavorando, mi sto divertendo tutto il giorno"! La tua risposta qual'è? Non c'è niente di peggio che trovarsi a 65 anni e accorgersi di non aver mai fatto ciò che ti fa sentire vivo e felice! Se pensi che non hai altra scelta e non è colpa tua, ripassa il punto 1.

6. **Ambizione:** nella vita devi avere fame, sempre, anche quando sei in alto, anzi soprattutto quando hai buoni risultati, altrimenti rischi di “sederti”. Guarda ad esempio l'occidente rispetto alla Cina, l'India e i Paesi dell'Est..quelli sì che hanno fame e le loro economie si stanno sviluppando molto di più rispetto alle nostre! Insomma non ci vuole molto a capire che se non migliori, peggiori, non c'è una via di mezzo: una cosa che non cresce, regredisce e muore, tutto in natura funziona in questo modo!

7. **Autodisciplina:** quando sei il capo di te stesso e non devi, quindi rispondere a nessuno, chissà perchè diventa tutto più difficile e diventi molto indulgente con te stesso...ecco questo è proprio ciò che capita a chi non ottiene risultati! Prepara un piano d'azione e imponiti di rispettarlo con una volontà ferrea e fessaggia ogni qualvolta riesci ad ottenere un risultato, anche il più piccolo,nella direzione dei tuoi obiettivi e ricordati che il successo è il percorso stesso...e dura tutta la vita!

Adesso ho due notizie da darti, una buona e l'altra cattiva! Cominciamo da quella cattiva :) Purtroppo solo 2 persone su 10 sono disposte a lottare per il successo e lo ottengono! Il bello è che non sono ne migliori ne più intelligenti degli altri 8! E adesso la buona notizia: se sei arrivato a leggermi fino a qui, anche tu fai parte di questo 20%, datti da fare e aumenta la tua formazione personale (se vuoi delle indicazioni, non hai che da chiedermelo), i tuoi sogni e la loro realizzazione sono a portata di mano!! :)

3 Come Internet ha influenzato le AdV e i TO in Italia

L'avvento di internet e il Web, ha segnato, a partire dalla caduta del muro di Berlino, l'inizio di una nuova era, quella dell'informazione, in cui ogni individuo dotato di un pc e collegato alla rete, situato in un punto qualsiasi del pianeta, può diventare protagonista dell'evoluzione economica, politica e sociale, avendo a disposizione qualsiasi informazione utile a diventarlo, oltre che ad avere gli strumenti per agire!

Il mondo del turismo è stato investito in pieno da questa nuova invenzione ed è uno dei settori economici più esposti alle problematiche legate a questo rapido cambiamento o viceversa è uno dei settori che più può beneficiare delle enormi possibilità di sviluppo legate al Web!



Ovviamente dipende da come si vogliono vedere le cose e dall'atteggiamento con il quale le si affrontano! Personalmente, poichè mi risulta più utile, preferisco vedere in ogni cambiamento delle grosse opportunità di crescita!

Per capire in cosa può esserci utile il Web, dobbiamo essere ben consapevoli che si tratta di uno strumento, eccezionale, ma comunque sempre di uno strumento si tratta! Dipende da noi renderlo funzionale o meno all'ottenimento dei nostri obiettivi.

Eh sì...perchè ancora oggi, ci sono ancora molte persone che pensano che un sito internet sia una macchina che fa soldi da sola e che i viaggi si vendano automaticamente, così come si pensa che basta aprire un'agenzia di viaggio per vedere entrare i clienti dalla porta...niente di più falso!

D'altra parte, questa illusione è stata alimentata, soprattutto alla fine degli anni'90 dalle promesse/minacce di un Bill Gates che con il suo Expedia prometteva l'eliminazione di tutte le agenzie di viaggio, grazie al rapporto diretto che i

clienti potevano avere col suo sito, ossia il suo negozio elettronico!

Bene, a distanza di 14 anni, non si è avverato completamente ciò che Bill sperava e Expedia, come altri operatori tipo EasyMarket, Edreams e altri, hanno stretto accordi con le agenzie di viaggio per fornire i loro strumenti di prenotazione!

Perchè dico che non si è avverato completamente il sogno di Bill Gates?

Perchè, per quanto riguarda la biglietteria aerea, hotel, weekend, insomma prodotti "semplici" da "scaffale", la profezia si è avverata: se fossero solo questi i prodotti turistici, le agenzie di viaggio avrebbero chiuso, poichè la redditività è stata ridotta all'osso e i sistemi di prenotazione sono stati resi disponibili, in modo facile, direttamente al pubblico!

Infatti se andiamo a vedere l'Home page di Expedia, Edreams, Lastminute, i prodotti principalmente pubblicizzati sono gli Hotel e voli aerei ed effettivamente, su questo, fanno enormi volumi di vendita, impensabili per qualsiasi altra Agenzia Viaggi tradizionale.

Mentre per pacchetti "complessi", come ad esempio un viaggio alle Maldive piuttosto che un safari in Namibia, le vendite dirette dal sito sono pressochè inesistenti, nonostante ci siano moltissime richieste d'informazioni da parte del pubblico! Oppure riescono a venderli, ma solo tramite le agenzie di viaggio, alle quali girano le richieste: in altre parole è indispensabile l'intervento umano e anche di quelli esperti e preparati!

Infatti, finchè si tratta di prenotare un hotel, le cose da sapere non sono molte, chiunque è stato in un Hotel almeno una volta, quindi prenotare da soli risulta facile, basta avere le idee chiare sulla città dove si vuole andare e sul numero di stelle dell'albergo! Da qui il successo di Venere.com, ITWG, ecc.. Per i voli è la stessa cosa, il prodotto è semplice e prenotarlo pure, basta vedere l'evoluzione incredibile delle compagnie low cost, fra tutte Ryanair (ovviamente esistono delle eccezioni, per le quali, tipo voli complessi con più scali, richiedono esperti del settore)!

Quindi, dico a tutti gli operatori del settore e a coloro che vogliono diventarlo, niente paura, il web dev'essere visto come uno strumento al nostro servizio, non il contrario e chiuque lo può usare!

Quando ci si renderà conto che il web è uno strumento utile almeno quanto il telefono e il fax, allora molti faranno il salto di qualità e vorranno apprendere come usarlo!

Provate a pensare come potrebbe essere il vostro lavoro senza il telefono, ci riuscireste? Ecco, per il Web è la stessa cosa e il fatto che sia uno strumento nuovo, fra l'altro molto più utile del telefono e fax, grazie alle sue innumerevoli funzioni (grazie ad esso si può anche telefonare gratis), non deve bloccarci, ma spronarci a capire come sfruttarlo al meglio, senza delegare ciò a terzi, ma facendolo di persona!



Questo fa veramente la differenza, ossia è fondamentale apprendere in prima persona una serie di concetti, meccanismi e solo dopo, eventualmente, delegare parte del lavoro legato al web a società o professionisti esterni!

Questo perchè, se non capiamo lo strumento, non crederemo nemmeno possa esserci utile e non faremo alcuna azione! Al contrario, se crediamo sia utile, ma non capiamo come

funziona, ci sono buone probabilità che la fuori qualcuno sia pronto ad approfittarsene o più semplicemente che sia un esperto improvvisato!

Voi siete disposti a lasciare la responsabilità dei vostri risultati completamente in mano agli altri?

Essendomi inventato il modello Evolution Travel, del tutto innovativo sul mercato turistico italiano, ogni tanto mi invitano a parlare dell'evoluzione delle agenzie di viaggio grazie al web, sia Università che fiere di settore in cui si organizzano dei convegni ad hoc. Questo mi lusinga molto e mi fa piacere e la domanda che più mi faccio, prima di ogni evento è: Cosa posso dire ai colleghi di settore che riesca ad aiutarli da subito a fare delle scelte verso il web?

Ecco, ultimamente, mi sono reso conto che è inutile parlare tanto di aspetti tecnici, spiegare come si fanno gli AdWords di Google, piuttosto sul come si usa un blog, ma mi piace ascoltare cosa li blocca e cosa serve loro per iniziare la strada verso questo indispensabile strumento!

Internet sta cambiando lo stile di vita di centinaia di milioni di persone, di tutti noi, così come sta cambiando i processi economici: molte realtà ne resteranno sopraffatte, molte altre si trasformeranno, altre nasceranno dal nulla.

Se vogliamo, nei secoli di evoluzione dell'uomo con le sue invenzioni, è sempre stato così, solo che, porca miseria (perchè non so se sia un bene o un male), l'evoluzione negli ultimi 14 anni è avvenuta alla velocità della luce, i cambiamenti sono all'ordine del giorno, il mondo di 2 anni fa non è lo stesso di oggi e fra 6 mesi ci saranno stati molti più cambiamenti che nell'intero ultimo anno! Un esempio che nulla centra col turismo, ma che è esemplare sulla velocità del cambiamento è rappresentato dalla catena Blockbuster, nata qualche anno fa, oggi ha già chiuso i propri negozi, poichè i clienti trovano più comodo acquistare e scaricare via web!

A che punto siamo oggi nell'evoluzione distributiva turistica, grazie al Web?

Oggi la parola d'ordine è "multicanalità", ossia i Tour Operator, soprattutto quelli medio piccoli, affiancano al canale Agenzie anche quello diretto al pubblico tramite il web. Le Web company affiancano al canale internet, quello delle Agenzie o Call Center, poichè è necessaria una figura umana e professionale per riuscire a vendere la maggior parte dei prodotti.

Le agenzie di viaggio, non possono più contare solo sulla propria vetrina, ma devono aumentare la loro visibilità affiancando una vetrina internet: non solo, ma si scoprono anche Tour Organizer e costruiscono prodotti ad hoc per i clienti, grazie alle innumerevoli informazioni contenute nel web, saltando di fatto, in molte occasioni, i TO!

Le strutture turistiche passano tramite i T.O, le agenzie, le OLTA e affiancano a tutto questo il canale web per un approccio diretto al pubblico!

E in tutto questo come sta evolvendo il criterio d'acquisto del cliente?

I "fai da te" in Italia, cioè coloro che si trovano il biglietto aereo, gli alloggi sul posto, servizi vari e se li assemblano, sono ancora molto pochi e comunque non rappresenteranno mai un problema per gli operatori.

Nemmeno negli USA, poichè farlo rappresenta di per sè un vero e proprio lavoro con energia e tempo da investire! Attualmente una parte consistente del pubblico preferisce consultare il web e comprare in Agenzia e continuare, poi nel 70% dei casi, con la stessa un rapporto telefonico e/o via email!

Un'altra parte, in continua crescita, consulta e acquista direttamente dal sito, senza nemmeno andare in agenzia: questo accade quando il sito offre al pubblico la possibilità di contattare direttamente una persona in carne e ossa, tramite il telefono, skype, chat, email, instant messenger.

Ed è proprio su questa ultima tipologia di clientela, in aumento esponenziale, che si basa la nascita e l'evoluzione del modello EvolutionTravel, in cui il pubblico può contattare ed essere assistito in tempo reale da persone vere, preparate e in grado di ascoltare e capire le proprie esigenze, al fine di trovare la miglior proposta turistica, anche costruita e confezionata su misura!

Il modello Evolution Travel nasce anche per un altro fondamentale motivo, ossia diminuire drasticamente i costi di gestione di un'agenzia fisica, infatti i circa 250 Promotori EvolutionTravel, grazie alla tecnologia web, svolgono la loro attività senza aver aperto un'agenzia fisica e subirne i costi, ma appoggiandosi direttamente alla sede e lavorando tranquillamente da casa o da qualsiasi posto desiderino, anche dall'estero.

Modelli Stile Evolution Travel esistono da tempo in Inghilterra e negli USA con circa 50.000 i Promotori/Consulenti turistici! In Francia una delle realtà web più importanti è quella fondata negli anni '90 da Jean Pascal Siméon, praticamente un'agenzia viaggi con anche dei propri prodotti come TO che vende direttamente al pubblico via web, grazie ad un call center con oltre 100 persone, aperto 24 ore al giorno, 365 giorni l'anno!

Realtà come quella francese stanno nascendo in Italia da parte di alcuni importanti TO che vogliono costruire dei veri e propri Call Center diretti, per supportare la domanda del pubblico via internet.

Concludendo, tutto ciò che ho scritto sino ad ora sarà l'impostazione che proporrò ai prossimi convegni del 2008 dove sono stato invitato, NoFrills di Bergamo e Globe di Roma, cercando di dare, nei limiti delle mie capacità dei suggerimenti pratici agli operatori che intervengono, affinché possano iniziare concretamente da subito a fare qualcosa con l'aiuto, ormai imprescindibile del web!

A tal fine indico agli operatori turistici i primi 5 passi da fare per affrontare il web:

1. capire quali prodotti si vuole vendere e puntare al massimo su 2 o 3.
2. preparare un impianto web che rappresenti una pagina vendita efficace, chiara e interattiva.
3. studiare il sistema degli AdWords di Google per dare la visibilità voluta
4. fare un corso vendita telefonica perchè vendere via web, vuol dire vendere al telefono ed è ben diverso dal vendere di persona in agenzia.
5. armarsi di tanta buona volontà e cominciare a studiare in prima persona come mettere in atto i punti 2, 3, 4 e lo stesso 5!!

Buon lavoro e ricordiamoci che si può fare qualsiasi cosa, qualsiasi viaggio e tutti cominciano con il primo passo!

4 La nascita dell'era dell'informazione, grazie al web e quindi al moltiplicarsi delle opportunità di successo.

Uno se non ci pensa non se ne rende conto, ma mai prima di oggi è stato così facile fare soldi! Questo grazie al web, soprattutto nel mondo del turismo e ti spiego perchè!

Mille anni fa si era in piena era dell'agricoltura, ma a fare i soldi erano pochi feudatari, poichè possedevano la maggior parte delle terre e la maggior parte delle persone lavorava per loro a stipendio fisso. Con la scoperta delle Americhe, fino alla caduta del muro di Berlino, si è vissuti nell'era industriale, ma anche in questo caso chi faceva i soldi erano solo gli industriali, quindi necessariamente persone in possesso di enormi capitali per fondare e far funzionare le fabbriche: anche in questo caso la maggior parte delle persone lavoravano per loro a stipendio fisso.

Negli ultimi 15 anni, invece, è iniziata una nuova era, quella dell'informazione, in cui tutti hanno la possibilità di fare soldi in proprio e molti grazie a Internet! Infatti non ci sono particolari barriere d'ingresso a fare da ostacolo!

Sono molte le storie di ragazzini che dal nulla sono diventati miliardari, dagli ideatori di skype al più recente Mark Zuckerberg, diventato miliardario in dollari col noto Facebook!



Nell'era dell'informazione cosa ti fa fare soldi? La tua mente, la tua capacità di vendere informazioni e servizi! Ecco perchè il mondo del turismo è l'ideale! Soprattutto se vendi viaggi, perchè non serve avere un magazzino, acquistarli in anticipo, ma lo fai nel momento in cui hai fatto la vendita! Tutto quello che ti serve è la tua mente, la tua passione per i viaggi, la tua capacità di relazionarti col prossimo.

Ma ti rendi conto? Oggi puoi vendere la tua esperienza, la tua conoscenza su luoghi del mondo che hai visitato e che ben conosci, a migliaia di persone che

cercano nel web informazioni su questi luoghi. Ed è qui il segreto fra il fare soldi e il non farli, ossia riuscire a sfruttare al meglio l'enorme potenziale di internet, vendere queste informazioni a migliaia di persone in modo pressochè chirurgico, mirato!

In che modo?

Evolution Travel, di cui sono il Cofondatore vanta oggi, dopo 15 anni di attività, un Network con oltre 250 Consulenti di Viaggio online, i quali lavorano beatamente da casa e/o in giro per il mondo. Il Know How intellettuale e tecnologico che oggi abbiamo permette a chiunque lo voglia e lo paghi, di capitalizzare le proprie esperienze di viaggio e passioni per i luoghi più belli del mondo!

E perchè no, fare soldi come un industriale di un tempo, usando al meglio la propria fabbrica, ossia la propria mente! :)

5 Quanto posso guadagnare col modello Evolution Travel?

Questa è la domanda che spesso mi viene fatta e la mia risposta è sempre la stessa: **da zero euro a una montagna di soldi**, non dipende solo dal modello online di Evolution Travel, ma anche dalla persona! E' come chiedere al dietologo, se con una dieta ti puoi mettere in forma: certo, la possibilità c'è ed è sicura, ma dipende dal tuo impegno, dalla tua motivazione, dalla tua autodisciplina, da quanto ci tieni!

Il 2009, con mia grande soddisfazione, vede **il primo Promotore Evolution Travel diventare miliardario** (in vecchie lire), infatti raggiunge quota **500.000 euro** in quasi 5 anni di attività. Sempre più Promotori Evolution Travel **superano i 100.000 euro**, appena dopo pochi anni di attività e molti altri si apprestano a farlo. Tenendo presente che l'attività online del Consulente di viaggi si può fare tranquillamente da casa, ci vuol poco a capire che le cifre sono molto alte, perchè i costi sono ridotti al minimo.

C'è anche chi non guadagna? Certo, altrimenti oggi avremmo in Italia 60 milioni di Promotori turistici. Quali sono i motivi? Gli stessi di qualsiasi altra attività imprenditoriale, di una "semplice dieta, di una laurea: chiarezza su quel che si vuole, avere una vera e ardente motivazione, assoluta assunzione di responsabi-

lità (sempre personale, ma degli altri) autodisciplina, tenacia, credere in se stessi, vincere le paure, perseverare senza mai mollare e ricordarsi che non esistono pasti gratis!

Tutta questa premessa per dire che la domanda scritta nel titolo non ha senso e non è utile. **Mi illumino**, invece, quando una persona mi chiede **“Posso e in che modo realizzare il mio sogno, i mie progetti, le mie passioni col modello Evolution Travel?”**



Ecco, questa è **la domanda veramente utile**, che tutti dovrebbero fare! Perché mi illumino quando mi fanno questa domanda? **Perché so che sto parlando con un futuro milionario** (euro), so che questa persona ce la farà al 100% !!

Il problema qual'è? Non sono moltissimi quelli che fanno questo tipo di domanda. Ossia non sono molto quelli che sanno quello che vogliono veramente! E ancora meno quelli che sono disposti a pagarne il prezzo, in termini di sacrifici, fatica e soprattutto crescita personale. **Tieni presente una cosa importante**, anzi fondamentale: per chi ha le idee chiare ed è mosso da una passione ardente, la fatica e i sacrifici diventano divertimento e felicità! **Hai presente** uno che fa palestra 2 ore al giorno? Ecco, non è concentrato sulla fatica e i sacrifici degli esercizi, ma su quello che il risultato di queste 2 ore giornaliere gli darà.

In poche parole **chi è focalizzato solo sui soldi non li farà mai**, perchè rappresentano solo un feedback di ciò che si sta facendo e se ciò che si sta facendo non è mosso dal cuore, da pura passione e motivazioni profonde, non si avrà mai un grande risultato, questo è certo! **Ogni tanto penso a Madre Teresa di Calcutta**, della quale non si può dire certo che fosse focalizzata sui soldi. Ha speso la sua vita ad aiutare gli altri sia poveri che ricchi: i primi a mangiare, istruirsi, vestirsi, i secondi a capire che donare una parte dei loro soldi è fondamentale per aiutare i primi a farcela. Per molte persone questa eccezionale suora appare come un esempio di sacrificio, fatica e povertà, ma sono certo che Madre Teresa di Calcutta pensava tutto fuorchè al fatto di fare fatica e sacrifici. Lei era strafelice ogni gior-

no, ogni qualvolta la sua instancabile opera riusciva a salvare delle vite, a dare un'istruzione a molti bambini, a farli sorridere e a sfamarli. Ebbene, la forza della sua motivazione, passione e cuore, producevano 25 milioni di euro all'anno, che nel suo caso utilizzava tutti per il suo scopo e la sua missione.

Quindi, qual'è la tua missione? Il tuo scopo? Perché vuoi diventare un Consulente di viaggi, magari con Evolution Travel e sfruttare in pieno il "nuovo mondo" del web?

Se ti dai delle **risposte chiare**, tutto il resto (successo e soldi) verranno come una semplice conseguenza!

6 Da dove provengono collaboratori e clienti?

Il livello d'eccellenza e di successo di un'impresa, di una professione, quindi di qualsiasi attività, si basa sulla capacità di attrarre nominativi interessati a diventare collaboratori e/o clienti: **tutto ciò parte da un buon marketing!**

Mi capita molte volte di sentire persone lamentarsi sul fatto che non si trovino bravi collaboratori o abbastanza clienti. Restando in tema di turismo, l'ultimo esempio 15 giorni fa, prima di partire per gli USA ho avuto un colloquio con un titolare di un'agenzia di viaggio che si lamentava del fatto che la miglior sua collaboratrice se n'era andata e che non riusciva a rimpiazzarla: inoltre accusava un calo di vendite notevole in questi primi mesi del 2008. Sia chiaro che questo agente di viaggi è un bravissimo venditore e molto preparato sul turismo e si rendeva conto che questo era dovuto al fatto che **il suo principale strumento di marketing**, cioè di fornitura di nominativi interessati all'acquisto di viaggi, è **sempre di più in declino**.

Questo strumento è la **vetrina** del negozio, per altro situata in un'ottima posizione...entra sempre meno gente e il bacino di potenziali clienti è sempre e solo quello del quartiere!

Mentre parlavo con questa persona e gli facevo un po' di domande, **mi rendevo conto** che era ben consapevole di non dover più fare affidamento sulla vetrina, strumento passivo di marketing, ma che doveva muoversi e applicare tecniche di marketing attive, compreso l'approccio al web che, fra l'altro aveva già cominciato, ma senza risultati!

Di cosa, invece, non si rendeva conto? Di una cosa che io do per scontata (sba-

gliando), ossia della capacità di usare e interpretare il web nei giusti modi! Ho provato a spiegargli qualche concetto legato all'uso corretto del web, ma **non mi ascoltava nemmeno**, per lui il web era semplicemente un sito! **Questo è il problema della quasi totalità delle agenzie di viaggio!** Capisco che noi di Evolution Travel abbiamo un'esperienza di 8 anni, ma non capisco l'atteggiamento di superficialità che questi agenti hanno nei confronti di un mezzo che gli cambierebbe la vita, se solo volessero imparare ad usarlo correttamente!



Quindi la lacuna principale di chi non trova collaboratori e/o clienti è quella di non applicare una corretta azione di marketing e a tal proposito mi è molto piaciuto un articolo di una società, la mindiconsulting italia, di ricerca, selezione e formazione di personale dipendente e autonomo, per cui te ne riporto integralmente un pezzo, leggilo vale oro!

“La selezione di nuovi candidati e il loro inserimento in azienda è di fatto un’azione di marketing. Lo scopo di ogni azione di marketing è di creare un desiderio e successivamente di vendere qualcosa. In questo caso specifico ciò che si sta cercando di vendere è l’azienda stessa e, prima ancora che a un lavoro, il candidato aderisce a un sogno, a un desiderio, a una prospettiva.”

Nel caso della selezione, la “vendita” viene effettuata dal selezionatore utilizzando tutta una serie di tecniche che sono tecniche di vendita e, per poter svolgere al meglio il proprio ruolo, il selezionatore deve avere a disposizione un’AMPIA rosa di candidati da selezionare.

Così come un venditore non potrà certo fare un gran lavoro di espansione del mercato se ha a disposizione una lista di clienti potenziali composta da soli tre nomi, similmente il selezionatore non potrà certo fare grandi cose se sceglie il nuovo collaboratore in una rosa di tre candidati!

Ogni imprenditore ha come obiettivo della selezione la redditività del futuro collaboratore. Partendo da questo presupposto cominciamo con il fissare una regola di carattere generale: la redditività si ottiene sempre e solamente se in precedenza si

sono avute Quantità e Qualità (in quest'ordine).

La regola vale per ogni aspetto dell'attività: se vogliamo avere un cliente redditizio dobbiamo necessariamente aver avuto in precedenza un gran numero di clienti potenziali (quantità) dai quali sono emersi un certo numero di clienti (qualità), dai quali si riesce ad ottenere il cliente ideale (redditività). Nel lavoro di selezione l'aspetto quantitativo è il risultato della selezione, quello della redditività è il risultato delle attività formative e della gestione del nuovo collaboratore/cliente!"

Nel Network Evolution Travel i Promotori non hanno certo il problema del marketing, ossia di potenziali clienti che richiedono viaggi, poichè sono disposti ad imparare o si affidano alla sede col risultato di essere sommersi dalle richieste... **ma vallo a spiegare...** soprattutto a chi non vuole ascoltare e capire!

7 Nel Web si vende di più in alta o in bassa stagione?

La convinzione comune è quella che si venda più in alta stagione, d'altra parte è la realtà dei fatti da quando sono nate le agenzie viaggi tradizionali, cioè quelle su strada!

Con l'avvento del web, **questa convinzione si è trascinata**, anche per la maggior parte degli operatori, noi compresi, **nonostante predichi** da 8 anni il contrario, cioè che **nel web si può fare il numero di vendite che si vuole, durante tutto il periodo dell'anno!**

In questi primi mesi del 2008, classificati come "bassa stagione", sta "magicamente" cambiando questa convinzione, perchè sono sempre di più i Promotori che stanno ottenendo gli stessi risultati di un mese di alta stagione come giugno o luglio!

Proprio l'altro giorno **leggevo con piacere** nel nostro forum aziendale una discussione/riflessione di una nostra Promotrice, di cui riporto una frase *"..Ero solita rimandare alla bassa stagione gli impegni più importanti, ora sembra sempre di stare in alta stagione!..."*

Nello stesso giorno, un'altra Promotrice mi faceva osservare il suo pannello online con l'indicatore della sua redditività, che al 20 di febbraio, **era già 3 volte** quella di tutto il febbraio dell'anno prima! Tutto ciò grazie alle innumerevoli vendite

fatte, appunto, in questo periodo di “bassa”!

Ma quali sono i motivi per i quali nel web si vende tutto l’anno e in un’agenzia su strada (senza web) no?

Semplice, il bacino d’utenza tramite il web, è di 30 milioni di italiani e di almeno altri 3 miliardi di v nel mondo connesse alla rete. L’utenza, invece, di un’agenzia su strada (senza il web) è rappresentata dalla popolazione del proprio quartiere, ovviamente da dividersi con altre agenzie della zona, a volte anche una accanto all’altra. Ad esempio a Montegrotto Terme ci sono 8.000 residenti e 5 agenzie di viaggi, praticamente 1.500 persone a testa, cioè mediamente 500 famiglie, di cui la metà naviga nel web! Quindi quante possibilità ha un’agenzia su strada di vedersi entrare dalla porta un numero sufficiente di clienti? Soprattutto, poi, in bassa stagione, quando coloro che possono viaggiare sono effettivamente la minoranza, rispetto ad un periodo di alta come luglio e agosto?

Nel web la cosa è ben diversa, poichè quella minoranza di persone è la stessa, ma non è confinata nel proprio quartiere!

Internet non ha confini e grazie a strumenti come i motori di ricerca, abbiamo la possibilità di farci trovare da chi desideriamo, quando e come vogliamo! Siamo in **gennaio/febbraio/marzo**? Bene non faremo altro che farci trovare dalle centinaia di migliaia di persone che sicuramente in questo periodo vanno in jamaica, piuttosto che in Messico o in tutto il resto della zona caraibica! Vogliamo, invece, vendere un prodotto che si vende tutto l’anno? Le crociere rappresentano uno di questi prodotti! Ho fatto solo degli esempi di destinazioni, ovviamente ce ne sono molte di più legate a questo periodo!

Insomma, quello che voglio dire, è che con un bacino di 30 milioni di utenti web (solo in Italia) **si vende tutto l’anno**, semplicemente perchè su questo numero le persone che viaggiamo in bassa stagione, sono sì la minoranza, ma con questi numeri è pur sempre una minoranza di qualche milione di persone. Ovvio che bisogna scegliere i prodotti adatti alla stagione!

Con questo articolo voglio sottolineare il fattore più importante e determinante della nostra attività nel web, il motore di tutte le nostre azioni, ossia **le nostre convinzioni**, relativamente alla bassa e alta stagione! Oggi mi è più facile, perchè i risultati in bassa stagione di una base sempre più larga di promotori, parla da sola!

So che una parte resterà con la propria convinzione limitante che in bassa si vende poco e, di conseguenza, farà ben poche azioni, **ma so anche che un'altra parte**, convinta del contrario (grazie anche agli evidenti risultati), intensificherà sempre più le proprie azioni!

Questo è normale, fa parte di un processo evolutivo legato ad uno strumento molto giovane come il web, ma talmente potente e veloce che la miglior domanda, per chi ancora non ci crede, è: **“Visto che c'è chi vende in bassa quanto in alta stagione, cosa mi è più utile credere e fare?”**

8 Il settore delle Agenzie di Viaggio è sovraffollato?

Ogni tanto, anzi spesso, sento dire o leggo che, con la liberalizzazione delle licenze, il numero delle agenzie di viaggio è aumentato a dismisura, si è in troppi e non conviene entrare nel settore perchè è sovraffollato!

Di primo acchito sembra un ragionamento corretto, ma pensandoci bene, lo è solo in parte, cioè a livello quantitativo è vero, a livello qualitativo, assolutamente no!

Mi spiego meglio: credo che nessun settore lavorativo, qualunque esso sia, è o sarai mai sovraffollato di persone altamente qualificate, veramente appassionate del proprio lavoro e decise a riuscire!

Ho pensato ad un sacco di settori, professioni e sport e non ne ho trovato uno in cui ci sia un sovraffollamento di talento! Di quantità sì, ma di qualità no!

Chi è bravo, ama profondamente e prova passione per ciò che fa o vuole fare, non avrà mai problemi di sovraffollamento, anzi...!

La domanda è: stai facendo ciò che veramente ami e ti appassiona, desiderando ardentemente di riuscire?

9 Vale più un cliente nuovo o un cliente fidelizzato?

Sicuramente un cliente fidelizzato, non ci vuole molto a capirlo: ha un costo pari a zero di acquisizione e genera redditività più volte nell'arco dell'anno, poiché viaggia quasi sempre più di una volta!

E', invece, difficile capire o meglio essere consapevoli che avere un cliente fidelizzato vuol dire investire tempo e attenzioni, ma allora **perchè pochissimi lo fanno?**

Ci sono vari motivi, ne ho individuati e verificati alcuni, eccoli:



- Il web genera talmente tanti contatti del pubblico che ci si dimentica facilmente i clienti già acquisiti per mancanza di tempo, con il risultato di trascurarli e indurli a rivolgersi altrove.

- Si è convinti che i clienti non siano fedeli, in realtà è stata la nostra consulenza a non essere stata

all'altezza, pur avendo fatto la vendita e questo li induce a cercare altrove chi possa capire meglio le proprie esigenze e i propri bisogni da soddisfare

- Non riusciamo ad instaurare un buon feeling su cui far poggiare una relazione che possa durare nel tempo

- Nonostante ci sia un'ottima relazione, i clienti ci osservano sempre con la "coda dell'occhio"! In un mercato affollato come il nostro, verificano ogni tanto o sempre la nostra proposta con altre e basta toppare anche una sola volta, con una consulenza non perfetta, che il cliente è perso per sempre, perchè si sente tradito.

Ad ogni modo, fra i motivi che ho individuato, il **più subdolo e insidioso, è il primo**, poichè crea altri danni! Ebbene sì, **l'abbondanza di richieste abbassa notevolmente la percentuale di chiusura delle vendite (questo vale anche per i Promotori Evolution Travel più bravi)**, poichè la foga di seguirle tutte, "costringe" ad un lavoro più veloce, quindi più superficiale! Addirittura non ci si cura nemmeno

della relazione, non si chiama al telefono il cliente per fare una corretta raccolta informazioni, ma si mandano via preventivi a raffica, confidando sui numeri! Una rincorsa forsennata, quasi ipnotica che non lascia il tempo di pensare. Figurarsi, poi, se c'è il tempo di lavorare sulla fidelizzazione dei clienti già acquisiti!

Questo problema verrà in parte risolto con l'implementazione al software di gestione richieste.

Per gli altri punti basta lavorarci con consapevolezza e seguire una delle tante nostre sessioni formative, al fine di capitalizzare il **vero patrimonio personale, ossia la fidelizzazione del proprio portafoglio clienti**, considerandolo una fonte inesauribile di redditività e soddisfazione personale!

10 Si parla di Facebook!

(Questo articolo è stato scritto nel mio blog nel 2008)

E' proprio vero, Facebook si sta rivelando uno dei più potenti mezzi relazionali e rispecchia il mondo reale in tutto. La differenza sostanziale è che le informazioni lei hai tutti lì, sotto gli occhi, comode e veloci. Ieri sera ho saputo che nevicava non per averlo visto dalla finestra, ma perchè un amico l'ha scritto su Facebook :)

Tutti sanno tutto di quello che gli altri vogliono far sapere di loro. In 5 minuti si sa chi è in partenza per le vacanze e dove va, chi resta a casa (come il sottoscritto), chi va a cena e in quale ristorante e chi ha deciso di sposarsi, fantastico no?

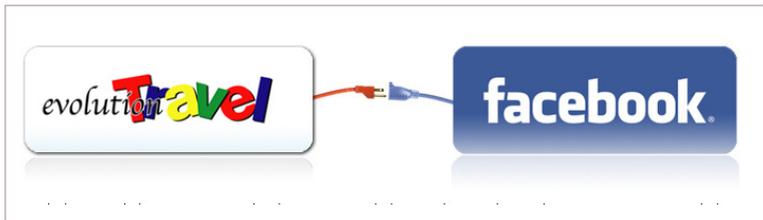
Ieri ho saputo anche un'altra cosa che mi ha sorpreso, una mia amica si è cancellata da facebook, non capito bene il perchè, ma sono curioso di chiederglielo appena possibile, perchè le dinamiche dei social network mi affasciano!

Credo che Facebook sia anche utilissimo a società come Evolution Travel, che di per sé è un social network turistico, in cui ogni singolo è protagonista con le sue iniziative, le sue competenze e le sue azioni!

Mi spiego meglio: in Evolution Travel se un Prp decide di organizzare una giornata di formazione sul suo prodotto, non deve passare per la sede, ma può organizzare autonomamente il tutto e ha tutti gli strumenti anche per pubblicizzarlo. Infatti, lo può fare tramite newsletter, blog, forum, email e ora anche creando un evento in Facebook e, perchè no, invitare pure persone del pubblico.

A tal proposito vi dico una cosa in anteprima: a marzo ci sarà, a Milano, il primo workshop aperto non solo ai Promotori Evolution Travel, ma anche al pubblico, invitato tramite newsletter e Facebook. Chi lo organizzerà? Roberto Armani sulla sua amata Namibia e dalle sisters Serena e Valentina Mazzatenta sulla loro adorata Jamaica! Naturalmente ogni Prp può fare altrettanto! :)

Insomma...mi piace molto l'accostamento del concetto "Network" di Evolution Travel con quello di un social, come Facebook, le similitudini sono molte! Evolution Travel è una piattaforma perfetta per molti leader, non per uno soltanto! Come su facebook, chiunque può emergere col proprio carisma, con la propria influenza e capacità di saper coinvolgere e influenzare, così come, d'altra parte, non avranno scampo gli imbecilli, i quali avranno molta più visibilità del normale. Per chi vuole capirne di più consiglio assolutamente la lettura del libro "Senza Leader"!



11 Expedia, Lastminute.com, Edreams sono...

... **nostri competitor?** Spesso mi sento porre questa domanda, ma la risposta, attualmente, è sempre **NO!**

Perché? Perché loro praticano l'e-commerce e l'e-commerce nel turismo, in Italia attualmente, funziona solo con gli Hotel, Voli e pacchetti dinamici (voli + aereo, solitamente week end).

Infatti, se andate a studiare i loro siti web, la maggior parte dello spazio è dedicato, appunto, ai voli e hotel! Cioè a **prodotti da "scaffale"** in cui non serve la consulenza di alcuno per procedere all'acquisto. **Non serve una consulenza**

particolare per saper prenotare un 4 o 5 stelle a Firenze, tutti conoscono le caratteristiche di un Hotel. Lo stesso dicasi per i voli, naturalmente quelli con tratta diretta, diverso il discorso per voli complessi, dove serve la consulenza di persone preparate e molto esperte!

Quindi Expedia, Lastminute.com ed edreams, **sono web-company focalizzate su prodotti semplici di massa** e vendibili automaticamente. E tutti sanno che fanno un ottimo lavoro e un altissimo fatturato, mentre non conosco la redditività!

Noi, pur avendo gli stessi prodotti a disposizione, **facciamo principalmente un'altra attività**, ossia quella di consigliare/vendere pacchetti vacanza al pubblico, in cui serve l'aiuto al cliente, per comprendere bene se il prodotto che acquista potrà soddisfare i propri bisogni e le proprie aspettative! **E qui sta la bravura dei nostri Promotori, ascoltare, capire, trovare e offrire il prodotto giusto!**

Ma allora chi sono i nostri competitor? Qualsiasi altro bravo agente di viaggio che sa fare le stesse cose!

In questa competizione **che vantaggi abbiamo col nostro modello?** Contenimento dei costi e la capacità di sfruttare al massimo le enormi potenzialità del web!

Concludendo, **non potremo mai competere** con colossi del genere, i loro prodotti e i loro budget pubblicitari milionari, **MA chi se ne frega**, noi facciamo un'altra cosa, in cui il successo deriva dalla giusta integrazione uomo/tecnologia!

E quando c'è di mezzo la **creatività e l'energia umana**, si va sempre ben oltre i limiti della tecnologia che dovrà sempre rincorrere se stessa!

12 Fiducia nel Web...che palle... :(

...non se ne può più o meglio non ne posso più di sentire dire stronzate (passatemi il francesismo) sulla fiducia nel web!!

Ma, intanto, chi è il web? Un uomo? Una donna? Un animale? Un pesce?

E' uno strumento, di per sé praticamente innocuo!!!

E come tale viene usato, da chi? Dalle persone..ecco è di queste che dobbiamo chiederci se dobbiamo fidarci o meno, ma non dello strumento. Capisco sia uno strumento nuovo, ma se parliamo di **un coltello** sarebbe la stessa cosa: di per sé è innocuo, ma **diventa pericoloso** se usato da un cretino, peggio ancora un delinquente!!

Oppure può **diventare utile** per tagliare pane e salame, quindi **dipende dall'uso** che se ne fa e questo **dipende** sempre da chi? **Dalle persone!!**

Quando mi sono inventato **Evolution Travel**, **uno dei segreti** del modello sta proprio **nella personalizzazione del web**, grazie all'immagine della persona che si presenta al pubblico, che si fa contattare al volo, grazie alla chat, email, skype, msn, telefono e che, quindi, lancia questo messaggio al pubblico **"ehi..sono una persona in carne e ossa, come te, non sono una pagina web, contattami!"**

Chiediamoci piuttosto come possiamo fare per **avere NOI la fiducia degli utenti web**, piuttosto che piangersi sempre sulle spalle dando la colpa al web, quando i risultati che otteniamo non sono quelli attesi. Ricordiamocelo, **la responsabilità dei nostri risultati**, è sempre nostra al 100% e di null'altro, tanto meno di uno strumento!!

Da tenere ben presente, poi, un'altra cosa: il fatto che un utente non compri un viaggio dal mio sito, non significa necessariamente che non si fidi!! Infatti, i **motivi** per i quali una persona non chiude l'acquisto (questo vale per i negozi fisici, web, tv e qualsiasi altra modalità e per qualsiasi altro prodotto) **sono 5**:

1. manca il bisogno
2. manca il denaro
3. manca la fiducia

4. manca il desiderio

5. manca la fretta

Prima di comprare le persone devono fidarsi di me e se non sono il tipo giusto, la gente non comprerà i miei beni o servizi...altro che fiducia nel web!!!

Lo stesso vale quando ci si trova una persona davanti in negozio o per strada!! E se rappresenti un **marchio famoso**, questo non ti salva di certo!



11 suggerimenti utili per ispirare fiducia ai potenziali clienti nel web:

1. Farsi conoscere, mettendo la propria foto, video, blog

2. Usare tutti gli strumenti di contatto veloce, chat, skype, telefono, email, msn,

3. **RISPONDERE** in tempo reale: per l'e-mail da pochi secondi a max qualche ora; per telefono rispondere sempre o impostare un messaggio personalizzato per

quando non si è assenti; chat, skype e msn si risponde sempre se si lascia lo stato "disponibile", altrimenti si cambia.

4. ascoltare bene e attentamente il cliente e capire esattamente quali sono i suoi bisogni da soddisfare

5. Nel mercato web online italiano si usa il tu, poi sta ad ognuno di noi esprimersi al telefono come meglio si crede, magari partendo da un "lei" in alcuni casi e arrivare al "tu"...dipende (ci sono corsi su corsi di vendita telefonica solo su questo)

6. Ragionare come se l'utente fosse fisicamente davanti a noi, quindi è fondamentale visualizzarlo e trattarlo come faremmo dal "vivo"

7. Partire dal concetto che vendere vuol dire aiutare le persone ad ottenere ciò che desiderano, quindi bisogna essere molto concentrati sul cliente e non sul prodotto, poi si trova quello più adatto a lui.

8. Dare riferimenti certi sul proprio conto e sulla ditta, autorizzazioni varie (scriverlo sulla pagina web e al limite ricordarlo a voce)

9. Non aspettare che il cliente si faccia vico lui, ma seguirlo nel tempo, secondo delle modalità e tempi stabiliti col cliente durante il primo contatto.

10. Essere professionali, avere perfetta padronanza e conoscenza dei prodotti trattati, essere decisi, calmi, tranquilli (questo avviene con la pratica).

11. Portare testimonianza di altri clienti e qui stiamo preparando per il sito tutti gli strumenti del web 2.0, ossia possibilità per il pubblico di mettere commenti, foto, video, giudizi, ecc.,

Questi mi vengono in mente al volo, **ne avete altri?** Commentate, grazie :)

Insomma, come vedete, **sono tutti principi applicati già nel mondo non digitale**, basta riportarli nel web ed è la stessa cosa, **se si fidano o no, non dipende certo dallo strumento!**

13 Qual'è il punto più debole del modello Evolution Travel?

Questa è stata la domanda che più mi è piaciuta, fattami ieri da Riccardo, un laureando che sta preparando una tesi sul modello Evolution Travel: ad oggi è la 15esima tesi su di noi e ne vado orgoglioso!! :)

Qual'è stata la mia risposta? Ci ho pensato un nanosecondo, infatti dopo quasi 10 anni di attività la risposta è sempre la stessa: **Il punto più debole del modello Evolution Travel coincide con quello più forte, ossia il fattore umano!**

Eh..sì, fra Sede, collaboratori e Promotori il Network è composto da quasi **300 persone**, tutti, più o meno, collegati fra loro da un rapporto collaborativo e professionale.

Tutti accumulati dagli stessi valori e missione, ossia consigliare al meglio i propri clienti per i loro viaggi e vacanze con professionalità, velocità, comodamente online da qualsiasi parte del mondo si trovi il cliente o il Promotore stesso!

Ecco, **quando una persona non condivide più** anche uno solo dei valori in comune o non è più disposta a collaborare in modo costruttivo per sé e per gli altri, **si crea il punto debole.**

Quando una persona, all'interno di un Network, ma vale per qualsiasi sistema sociale, pensa solo ed esclusivamente ai propri vantaggi, perde la visione sistemica (clicca qui per leggere un altro mio articolo).

Quindi, conseguentemente, perde il vantaggio più grande, ossia quello della collaborazione del gruppo! Un po' alla volta diventa una persona negativa, vede gli altri come dei nemici, si estranea sempre più dal Network, fino ad andarsene o, nel peggior dei casi, fino ad esserne allontanato!

Al contrario, **quando una persona è perfettamente allineata** con i valori e missione del gruppo intero – Network – e collabora attivamente per aiutare gli altri, quindi se stesso, i risultati sono molto positivi, a volte in maniera sorprendente!

Questo tipo di persone, con un atteggiamento positivo, costruttivo, con le loro competenze e spirito di condivisione, fanno la differenza nei risultati, non solo propri, ma di tutto il Network!

Sono persone che tirano l'intero gruppo con l'esempio del proprio lavoro, dei propri comportamenti e dei propri risultati!! **Attenzione:** ho scritto "tirano", non "spingono".

Infatti è come una corda, si può tirare, ma non spingere, così come si possono tirare le persone che si aggrappano a quella corda, perchè **vogliono veramente avere successo** e non spingerle inutilmente se non vogliono!

Se stai pensando di chiedermi se è possibile accettare nel Network solo le persone che tirano o che sono disposte a farsi tirare, ti rispondo: **MAGARI!!** Il problema è che non sai mai chi sono, fino a che non si mettono in gioco e spesso non lo sanno nemmeno loro!! :)

14 Qual è uno dei valori più importanti nel modello Evolution Travel?

Senz'altro la **libertà** d'azione e di scelta... e non solo! Quando ho ideato il modello, l'ho voluto il più possibile rispondente alle caratteristiche imprenditoriali mie e di Mioara: **libertà, creatività, espandibilità/crescita e varietà!**
Cosa intendo?

Libertà: essere liberi da vincoli contrattuali di fatturato per non vedersi chiudere il contratto, come fanno, invece, molte altre realtà, se non li raggiungi! Essere liberi di scegliere il luogo da dove svolgere la propria attività: casa, ufficio, italia, mondo...! Essere liberi di scegliere il fornitore turistico che si vuole, senza essere

obbligati ad usare quelli scelti dalla sede (qui qualcuno potrebbe obiettare: "eh si..ma in questo modo non potremmo mai avere una rosa di TO sulla quale concentrare le vendite ed avere, quindi, delle provvigioni più alte..!")

La mia risposta è semplice: "Non baratterei mai la mia libertà di scelta per qualche punto percentuale in più!".

Piuttosto, come suggerito intelligentemente da qualche promotore e da noi subito recepito e approvato, possiamo ottenere la stessa cosa mettendo una lista nell'agenzia online dei TO in ordine di fatturato e con i vari livelli di volumi da raggiungere per poter avere commissioni più alte!

Ben venga ed è una cosa che faremo, poi ognuno sarà comunque libero di scegliere il prodotto che ritiene migliore per il proprio cliente, perché vale molto di più la piena soddisfazione del cliente piuttosto che un paio di punti di commissione in più!



Libertà d'orario in cui svolgere l'attività! Libertà di lavorare da solo o in gruppo!
Libertà di vendere ciò che voglio e a chi voglio! Libertà di vendere in tutto il mondo grazie al web! Libertà di ottenere i risultati che voglio e che mi merito!!

Creatività: Evolution Travel cresce grazie alla creatività di ciascun Promotore! Dal modo in cui ci si pubblicizza, ai prodotti che si vuole proporre a quelli che si creano da zero!

Creatività nel modo di vendere, di aiutare i clienti nelle loro scelte, di assemblare prodotti turistici secondo le più singole e originali esigenze! Inventarsi metodi per fidelizzare la propria clientela, così come per acquisirne di nuova, anche senza spendere un euro in pubblicità!

Espandibilità/Crescita: il modello Evolution Travel permette al Promotore di poter espandere la propria attività, di crescere diventando Prp (promotore di riferi-

mento prodotti), Prg, Prl e Pra (promotore di riferimento di gruppo, di linea e di area per il Network).

Come Prp ha l'opportunità di moltiplicare le vendite del prodotto di cui è responsabile (come fa il tour operator nel mondo tradizionale) tramite l'intero Network, cioè la rete di Promotori (che rappresentano le agenzie di viaggio del mondo tradizionale).

A fronte di ciò ottiene maggiore redditività su tutte le vendite fatte dal Network, redditività tolta dalla parte spettante alla sede: così come succede per la figura del Prg, Prl e Pra.

In questo modo l'attività del promotore passa da professionale (lavoratore autonomo) a imprenditoriale, con una moltitudine di soggetti collegati che creano un effetto leva sui propri risultati. E il tutto, senza avere gli investimenti della sede! Una crescita della propria attività, quindi, senza limiti!

Varietà: il settore di appartenenza del nostro modello, il turismo, soddisfa in pieno il bisogno che ognuno di noi ha di variare! Nemmeno nell'arco di tutta una vita si riuscirà mai a conoscere il mondo intero, c'è sempre qualcosa di nuovo da scoprire e conoscere! Il modello Evolution Travel stesso offre molta varietà: dall'attività di vendita, al marketing, alla creazione di prodotti turistici, alla conoscenza di sempre nuovi colleghi italiani ed esteri con competenze ed esperienze diverse.

Si passa dall'on-line all'off-line e viceversa! Strumenti, tecnologia e risorse sempre in evoluzione, in cambiamento!

Insomma il divertimento non manca e certamente non è un'attività per abituarci incalliti! :) Oggi, molte aziende **tentano di copiare il nostro modello**, ma tralasciano questi valori che io ritengo fondamentali e si ritrovano con banali reti vendita in cui tutto è deciso centralmente, dai prodotti alle strategie di vendita, al raggio d'azione fino all'ormai anacronistica esclusiva di zona (fulminata dal web).

Le ritengo reti banali, poiché tutto è impostato, rigido e fino a un certo standard ci si può anche arrivare velocemente, ma poi tutto si livella a ciò che un'unica testa ha programmato e per quanto buona sia questa testa, ha pur sempre il limite di essere solamente una!.

Nel nostro caso, invece, pur essendoci, ovviamente delle regole da rispettare,

pena l'anarchia, il **Network cresce grazie alla libera iniziativa di ciascuno, alla creatività che ognuno può esprimere e concretizzare.**

Insomma non solo una rete di "venditori" (lavoratori autonomi, professionisti), ma di coimprenditori che partecipano attivamente, giorno dopo giorno, alla costruzione del loro sistema e del marchio che ognuno rappresenta e valorizza con il proprio impegno e professionalità!

Vedi un altro mio articolo sul concetto di Network: [clicca qui!](#)

IMPORTANTE: il mondo economico è rappresentato da 4 figure, ossia il dipendente, il professionista (lavoratore autonomo), l'imprenditore e l'investitore. Il modello Evolution Travel soddisfa i bisogni delle ultime 3 figure, alcuni dei quali (i principali) descritti qui sopra, ma non soddisfa, almeno da subito, il bisogno di sicurezza che, invece, è fondamentale per la figura dipendente.

Questa consapevolezza è molto importante per tutti coloro che svolgono un lavoro dipendente e vogliono diventare Promotori, cioè passare dall'identità di dipendente a quella di libero professionista /imprenditore /investitore!

E' fondamentale capire bene i meccanismi che regolano la soddisfazione dei bisogni personali, poichè questo aumenta di molto le possibilità di riuscita. Ad ogni modo una figura non esclude l'altra, cioè si possono avere più identità, l'importante è esserne consapevoli e comportarsi di conseguenza!

15 Ottima opportunità di collaborazione e crescita per il Network Evolution Travel

Il Software per appaltare i ticket. Ecco dal punto di vista del software gestionale, un'implementazione importante sul sistema dei Ticket, ossia la possibilità per un promotore di passare la richiesta di un cliente ad un collega (cosa che avviene già adesso), ma di dividerne la redditività sulla base di quanto si concorda!

Attualmente la richiesta può essere passata, il nominativo resta di "proprietà" del Promotore che lo cede, mentre la redditività della vendita va tutta al Promotore che lo lavora!

Perchè questa implementazione?

L'esigenza nasce dal bisogno di **moltiplicare le forze dei singoli Promotori** che oggi sono oberati di clientela, richieste di potenziali clienti, con un tempo a disposizione che è sempre di 24 ore! Certo, un Promotore, come già qualcuno fa, può assumere dei collaboratori, mettendo degli annunci, facendo una selezione e relativa formazione!



Va benissimo, ritengo, tuttavia, che il Network offra già questa soluzione bella e pronta, molto più semplice, meno impegnativa, più veloce e con un costo proporzionato ai risultati!

Vantaggi per il Promotore che "appalta" la lavorazione dei nominativi in esubero:

- Trova già all'interno del Network altri Promotori molto bravi che, magari, sono all'inizio e non hanno ancora la stessa mole di richieste, quindi possono trovare il tempo per farlo, almeno per un periodo, poi avranno la stessa esigenza!
- La formazione da erogare sarà minima, poichè sono Promotori già formati dalla sede Evolution Travel!
- Non c'è limite di zona, i propri Promotori "collaboratori" possono essere in qualsiasi parte del mondo!
- Non ci sono costi fissi da pagare ai "collaboratori", poichè sono colleghi professionisti e il loro guadagno è sul risultato!

- La gestione della divisione e pagamento della redditività è tutto gestito dal software e dalla contabilità centralizzata Evolution Travel!
- Non c'è più alcun limite fisico sul numero di clienti e relativa lavorazione, quindi anche chi è molto bravo nel web marketing può fare campagne, azioni per ricevere centinaia di richieste anche in un solo giorno e vederselo lavorare tutte, a fronte di una parte della redditività che concorderà liberamente coi colleghi!

Vantaggi per il Promotore che riceve "l'appalto" della lavorazione del cliente:

- Non paga i relativi costi pubblicitari, ovviamente a fronte di una redditività concordata inferiore, ma certa!
- Ottimo vantaggio, soprattutto all'inizio dell'attività, in cui si ottimizza al massimo il proprio tempo, clientela e guadagni!
- Collabora da subito con Promotori più esperti che rappresentano un ottimo aiuto allo sviluppo della propria attività!

Ovviamente anche i Promotori che ricevono l'appalto della lavorazione del nominativo, prima o poi saranno oberati di lavoro e preferiranno seguire i propri, avendone la piena redditività! In questo caso, anche loro "appalteranno", trovando sempre Promotori disponibili a collaborare, poichè il Network Evolution Travel cresce sempre, mese dopo mese!

Trovo sia un'ottima soluzione che crea vantaggi a tutti, che ottimizza il tempo e le risorse, i guadagni, l'assistenza alla clientela e che unisce, fa crescere ancora più velocemente questa nostra splendida "Alleanza di Cervelli"!

16 Il Market Place Evolution Travel

Che il Network Evolution Travel rappresenti una piattaforma collaborativa aperta, che perfettamente integra i suoi componenti, cioè i Promotori Evolution Travel e i clienti, ormai è cosa ben nota, ma da qualche settimana si è aggiunto un nuovo elemento che aiuterà ancor di più la collaborazione e conoscenza fra Promotori. Questo strumento è un nuovo software, **il Market Place!**

Il Market Place permette al Consulente Evolution Travel di **vedere chi sono gli specialisti del Nework**, su ciascuna destinazione. L'ordine di comparizione è dato dalla percentuale di chiusura sulle richieste lavorate: più alta è questa percentuale, più si è nei primi posti, fino a formare una vera e propria **TOP TEN!**

Oltre a vedere chi sono, in cosa sono specializzati e se sono online, si potrà già vedere la percentuale di redditività richiesta dallo specialista per lavorare le richieste in appalto oppure si andrà in contrattazione.

Esiste una bacheca annunci e anche un sistema di feedback e votazioni, stile ebay, da parte sia di chi appalta che di chi riceve l'appalto.

Il Market Place rappresenta una piattaforma operativa formidabile, in cui i Promotori Evolution Travel gestiscono al meglio le richieste dei propri clienti, affidandoli ai migliori specialisti, riuscendo così a gestire non solo al meglio **l'alto livello qualitativo del servizio, ma anche l'enorme mole di richieste viaggi del pubblico che ormai internet produce quotidianamente!**

17 Evolution Travel Friends

Partita l'iniziativa **Evolution Travel Friends**, una sezione in cui verranno promosse tutte le iniziative a scopo benefico, sociale. La prima, al momento, è quella di Roberto Armani e Sede, i quali hanno destinato una somma per ciascun viaggiatore, dalla propria quota di margine TO, a favore di PAWS-AFRICAT (una fondazione no profit) dedicata alla salvaguardia dei grandi felini.

La sezione è presente nel piede di tutti i siti e con un banner nel portale "Safari e Sogni Africani".

18 Come vedo Evolution Travel fra 5, 10, 15 anni

Premessa:

Fra 5 anni il mondo sarà cambiato completamente già un paio di volte...si calcola che, dall'avvento di internet, i cambiamenti socio-economici-culturali avvengono molto più velocemente, grazie all'accesso alle **informazioni**, le quali **ogni 2 anni e mezzo raddoppiano**. Quindi le azioni che metteremo in atto da oggi in poi, saranno influenzate dal progressivo moltiplicarsi delle informazioni a nostra disposizione, dalle relative scoperte ed invenzioni!

Rispetto all'era industriale, durata circa 500 anni (dalla scoperta delle americhe fino alla caduta del muro di Berlino con relativa diffusione del web a livello mondiale) nell'attuale **era dell'informazione chiunque** ha la possibilità di lasciare il segno, basti pensare a cosa hanno fatto gli inventori di Google nel giro di pochi anni o a colui che si è inventato Youtube...dopo un anno già miliardario in dollari e famoso in tutto il mondo!

Questa breve premessa per dire che **per noi non è importante concentrarsi** sul



fatto che i cellulari, con l'accesso veloce al web via umts o wifi, potranno superare i personal computer in fatto di accessi alla rete, piuttosto che il contrario o che le strutture turistiche, grazie alla tecnologia e al web 2.0, imposteranno un rapporto diverso con i tour operator e le agenzie di viaggio...si vedrà e ci si adeguerà di volta in volta, anzi si

cercherà di influenzare i cambiamenti, come del resto stiamo facendo col nostro modello Evolution Travel, del tutto innovativo per il settore turistico...ora copiato da altri!

Come dice giustamente un famoso personaggio, **l'analfabeta del ventunesimo secolo** non è più solo colui che non sa leggere e scrivere, ma anche colui che non è disposto ad imparare, disimparare e reimparare!

Quindi non so come evolverà specificatamente la tecnologia, ma **fra 5 anni vedo Evolution Travel** come un **Network di persone sempre più consolidato, più professionale**, con molteplici competenze turistiche specifiche di alto livello sulle singole località del mondo, grazie a Promotori che, oltre ad essere presenti in **Italia**, saranno presenti anche in ogni parte del globo.

Già oggi ci sono promotori in **olanda, croazia, svizzera, marocco, spagna e ben presto in inghilterra e USA**. E tutti avranno a disposizione il meglio della **tecnologia** e dei nostri software proprietari (costruiti internamente e, quindi, completamente creati su misura per il nostro modello), per **comunicare sempre più efficacemente fra di noi e col pubblico**, per scambiare consocenze e informazioni, **al fine di soddisfare sempre più velocemente, comodamente e in qualsiasi luogo si trovi il cliente finale!** Cliente che vuole essere aiutato a scegliere il proprio viaggio, le proprie vacanze!

Nel giro di 5 anni vedo **cambiare il rapporto col pubblico in modo più dinamico, veloce**, altro che le attuali 24 ore per una risposta! **I contatti preferiti** dal pubblico saranno quelli con gli instant messenger, skype, chat, telefono il cui costo scenderà quasi a zero.

Fra 10, 15 anni, la maggioranza del nostro pubblico sarà quello cresciuto insieme al web, velocissimo in tutto!! Questi sono solo alcuni esempi di come ci evolveremo, ma la cosa che voglio sottolineare, non è tanto l'aspetto tecnologico, ma quello **umano, relazionale**.

Il nostro modello non compete sulla sola tecnologia, non avremmo alcuna possibilità nei confronti di colossi che ci investono miliardi, ma si basa sul giusto mix **persona/tecnologia**.

E questo mix farà sempre la differenza; dipenderà da noi, professionisti nel settore turistico e nel modo con il quale sapremo sfruttare al meglio la tecnologia a nostra disposizione e, soprattutto, **come sapremo relazionarci fra di noi e col pubblico!**

E' fondamentale capire che **il successo del nostro modello è direttamente proporzionale** alle qualità personali di ciascuno di noi e di come le rendiamo utili alla nostra alleanza di cervelli (Network).

Fra 5 anni e ancor meglio fra 10 e fra 15 anni, indipendentemente dall'evoluzione della tecnologia che senza dubbio seguiremo, **vedo un formidabile Network**

di persone che sarà un **punto di riferimento per il pubblico**, grazie alle conoscenze specifiche di ognuno. Un pubblico che riuscirà ad avere le informazioni che cerca con la massima velocità, comodità e in qualsiasi posto uno si trovi, **anche all'altro capo del mondo!**

19 Flussi XML e Tour Operating elettronico nel mondo del turismo!

Da un paio d'anni mi si è aperto un mondo, mi sto appassionando sempre più ai flussi XML:

in soldoni l'XML è un linguaggio unico che risolve il problema dello scambio dati fra applicazioni e programmi con formati diversi. Nel turismo questo permette agli Hotel, compagnie aeree, autonoleggi, ecc.. di fornire i propri dati a siti terzi, siano essi ecommerce, comparatori o altro.

Questo **rende possibile lo scambio ed elaborazione** di milioni di dati praticamente in tempo reale e il singolo servizio turistico può essere messo a disposizione dell'utente finale, ossia del cliente che compra direttamente un volo, un hotel o una combinazione fra questi.

Nel turismo quali sono i servizi che sfruttano i flussi XML? Sono quelli che riescono ad essere venduti con alti volumi in modalità ecommerce, in modo da riuscire a pagare gli elevati investimenti per realizzare i flussi stessi, le piattaforme ecommerce e gli algoritmi commercialmente vincenti per fare il massimo delle vendite. Eh si, perché non basta avere i flussi, la piattaforma ecommerce, che di per sé è già un investimento ciclopico, ma occorre anche inventarsi l'algoritmo in grado di estrapolare l'offerta, in quel momento (in quei centesimi di secondo) migliore sotto tutta una serie di aspetti, in modo da attrarre il più alto numero di persone e ottenere la miglior percentuale di vendite.

Attualmente, quindi, i principali servizi che sfruttano al massimo i flussi XML legati all'ecommerce, sono i voli aerei, hotel, noleggio auto.

Questi 3 servizi da soli rappresentano il grosso del fatturato mondiale ecommerce dell'industria turistica, per ovvi motivi: si vola in tutto il mondo, le auto sono in ogni luogo e gli Hotel pure e sono i servizi turistici più usati dell'essere umano. L'altro motivo è che la platea mondiale online di questi servizi è di 2 miliardi e 100 milioni di utenti che consultano il web regolarmente!

Quindi anche una piccola percentuale di acquirenti in ecommerce, significano milioni e milioni di vendite!! Ed ecco che pochi anni fa sono nati i vari Edreams, Expedia, Volagratis, ecc.. specializzati appunto su questa tipologia di servizi da vendere in ecommerce e la loro capacità di vendita se la giocano su 5 fattori:

- 1- Miglior algoritmo;
- 2- Miglior usabilità del sistema di ricerca e acquisto;
- 3- Miglior visibilità;
- 4- Miglior capacità di vendere in altri mercati/lingue;
- 5- Potenza di elaborazione dati dei server che ciascuno ha a disposizione.

In poche parole, Expedia e Company sono dei motori di ricerca, comparatori e venditori, come Agenti di Viaggio, dei servizi sopra descritti.

E chi può battere questi colossi che ormai hanno la gran parte del mercato ecommerce?

Sulla carta sembra essere il nuovo servizio Google shopping, disponibile negli USA e a breve in tutto il mondo: basterà che le compagnie aeree, hotel e autonoleggi si colleghino alle API di Google per mandare i flussi XML e Google farà il resto, con la differenza che il cliente non pagherà Google, perché non è un'agenzia di viaggio e non gli interessa esserlo, ma direttamente il fornitore finale!! Sui 5 punti sopra elencati, Google è imbattibile su tutti, soprattutto sulla visibilità a livello mondiale. Ecco che anche qui esiste la disintermediazione, ma stavolta digitale su digitale!!

Sarà forse per questo che nell'ultimo articolo del TTgItalia, il patron di Volagratis ha sponsorizzato molto la loro evoluzione verso il tour operating elettronico, ossia la composizione di pacchetti turistici, non solo volo+hotel+auto, ma anche degli ancillary, ossia i servizi accessori come un transfert, una guida turistica, piuttosto che un'entrata a teatro, ecc..

A noi di Evolution Travel che importa tutto questo? Nulla direi, a parte l'ultimo aspetto descritto, ossia del Tour Operating Elettronico! Sostanzialmente il nostro vantaggio di sempre è...beh basta, se no diventa troppo lungo! Sul prossimo articolo spiego come vedo il Tour Operating Elettronico e soprattutto come applicarlo per Evolution Travel, assieme al sistema di vendita in ecommerce, che stiamo costruendo!

A presto!

20 Evolution Travel nel Tour Operating Elettronico!

Questa è la **seconda parte** del precedente articolo, che ti consiglio di leggere, in modo da avere un'informazione completa!

Il Tour Operating Elettronico è l'ultima frontiera nel mondo della distribuzione turistica. Come abbiamo visto nell'articolo precedente è probabile che Google Shopping sostituisca i vari Expedia e Company, nella "semplice" ricerca e comparazione dati, per la vendita dei singoli voli (leggi articolo Ttgitalia), hotel e noleggio auto e il lavoro dei maggiori colossi distributivi turistici si sposterà quasi solamente verso la costruzione elettronica di pacchetti turistici, come del resto fanno già col pacchetto dinamico volo+hotel+auto, ma arricchendo ulteriormente i pacchetti con gli ancillary e con trattative sempre più importanti sul prezzo di acquisto. Infatti Expedia & C sono distributori, Agenzie di Viaggio online abilitate all'acquisto e vendita dei servizi turistici e non potranno più limitarsi a lavorare principalmente in intermediazione sulla vendita dei singoli servizi, perché questo servizio è già svolto con maggior successo e gratis da Trivago, kayak, Skyscanner e a breve da Google Shopping., che mettono direttamente in contatto l'utente con il proprietario del singolo servizio.

Noi di Evolution Travel come si collochiamo in questo momento? Non trattiamo singoli servizi come voli, hotel, auto, o meglio li vendiamo su richiesta. Di certo non investiamo soldi per promuovere servizi che rendono pochissimo, costano moltissimo a livello di web marketing e che sono monopolio dei colossi online, Expedia & C.

Noi facciamo intermediazione di pacchetti turistici e sempre di più ce li costruiamo andandoci a prendere i singoli servizi nei vari luoghi del mondo e li assembliamo. Una volta assemblati, li proponiamo in una vetrina online e la promuoviamo con tutti gli strumenti messi a disposizione dal web marketing.

Dopo di che la differenza viene fatta dal singolo Consulente di Viaggi, che dialoga col potenziale cliente, al fine di comprenderne le reali necessità e vendergli la soluzione più appropriata.

Molte volte capita che, pur avendo letto l'offerta, il cliente l'abbia fatto in modo veloce, superficiale e sta qui la bravura di chi fa la maggior percentuale di vendite, ossia di fare un'ottima raccolta informazioni, approfondendo il dialogo col cliente, al di là di quella singola offerta.

Oggi i contenuti di un'offerta nel sito Evolution Travel vengono selezionati e caricati a mano. A breve una parte di questo processo di approvvigionamento dati sarà fatto elettronicamente, tramite i flussi XML.

Quale parte?

Quella dei dati variabili, ossia prezzo, date, offerte, aeroporti di partenza, ecc.. Mentre la parte di selezione e costruzione delle schede nel sito internet resterà manuale, per ovvi motivi di personalizzazione: infatti un valore aggiunto sarà l'unicità del testo, anche ai fini SEO, la bellezza e dimensioni delle foto e video, il modo di descrivere il viaggio.

Dove andremo a prenderci i flussi dati? Semplice, dove li prendiamo adesso: i PRS/P li prenderanno dai TO, mentre i PTO/PRO li prenderanno direttamente dalle DMC, ma se possibile direttamente da chi eroga i servizi finali, restando quindi Evolution Travel l'unico soggetto fra l'utente finale e i fornitori dei servizi finali, nelle varie nazioni del mondo.

Ovviamente, oltre all'uso dei flussi XML per l'approvvigionamento dati, stiamo sviluppando anche la fase front office, ossia il processo di vendita elettronico col cliente. Il fatto di rendere il cliente in grado di comprare autonomamente sul nostro sito, non aumenterà le vendite, per i motivi ben noti, ossia nel caso di pacchetti vacanza il cliente ha bisogno di dialogare con qualcuno. Diverso è per un volo o un Hotel.

O meglio, mentre la % di persone che compra autonomamente servizi singoli (volo, hotel, auto) è sempre più elevata, la % di persone che compra un pacchetto vacanza in autonomia è molto bassa e dipende dalla complessità e importanza anche da un punto di vista economico del pacchetto stesso.

Qual'è allora il vero vantaggio di avere la tecnologia dei flussi XML per chi usa la piattaforma Evolution Travel? E' l'approvvigionamento dati e variazione degli stessi anche dopo la prenotazione, senza che questo debba essere fatto manualmente, togliendo così un sacco di tempo alla fase delle vendite. In questo modo un Consulente Evolution Travel avrà molto più tempo per dedicarsi all'assistenza del cliente nel processo della vendita.

Il fatto di avere tutti i dati disponibili in tempo reale, senza doverli ogni volta chiedere al fornitore e poter procedere alla prenotazione, avendone già anche la disponibilità. La bellezza dei flussi XML è che, anche a vendita avvenuta, in caso di variazione o cancellazione, il tutto avverrà elettronicamente in pochi centesimi di secondo! Un'altra vita, decisamente!!

I flussi XML ci permetteranno anche di fare un'altra cosa, che fino ad oggi abbiamo evitato di fare perché troppo oneroso in termini di tempo ed economici, ossia la vendita dei singoli servizi. Infatti stiamo già lavorando per creare il layout dei prossimi portali verticali Evolution Travel.

Ciascuno, oltre ai pacchetti, proporrà anche qualsiasi tipo di servizio turistico singolo inerente alla destinazione, dal transfert, al volo, al noleggio auto, all'ingresso a teatro, alla guida turistica, a tutti quei servizi che potranno essere trattati elettronicamente coi flussi e quindi vendibili all'utente finale in autonomia.

Ovvero ad oggi i prodotti da noi venduti, per ovvi motivi di marginalità, sono i pacchetti, ma poi saranno anche i singoli servizi, poiché la gestione consisterà solo nella selezione, mentre la prenotazione e vendita sarà fatta dall'utente in modo autonomo e veloce.

In questo modo avremo anche quella clientela che vorrà comprare solo i servizi singoli e che oggi non abbiamo, perché non abbiamo la relativa offerta. Il vantaggio dei flussi XML e l'e-commerce sarà notevole anche a livello di webmarketing, perché ci permetterà l'accesso alle più importanti piattaforme di circuiti di affiliazione, ai motori di comparazione, ecc... magari su questo, a tempo debito, ci faccio un articolo ad hoc.

Come sarà il nuovo layout del nuovo sito verticale Evolution Travel? Beh, una sorpresa!!
A presto!!

21 Come sarà l'evoluzione dei Tour Operator nei prossimi 20 anni?

Il web, assieme allo sviluppo delle compagnie aeree, da 10 anni a questa parte, sta trasformando velocemente **lo scenario distributivo nel mondo del turismo**. Fino a **10 anni fa** gli attori della filiera turistica erano: struttura ricettiva e servizi, DMC (operatore locale, che assembla e offre il prodotto), Tour Operator che compra il prodotto dalla DMC, Agenzia di Viaggio che vende al cliente. Tre passaggi per arrivare al prodotto finale. Ci stavano tutti, perché ognuno aveva un proprio e imprescindibile ruolo.

Negli ultimi 10 anni cos'è successo? Il web ha inondato di informazioni i pc di due miliardi e cento milioni di persone e ha messo in contatto tutti e tutto.

Tanto per essere chiari, oggi puoi anche vedere, con una mappa satellitare in 3D, la terrazza dell'Hotel che vuoi prenotare, oltre ai commenti, foto e video, di centinaia, migliaia di persone che ci sono state! Al di là della volontà della struttura stessa o del TO o dell'Agenzia di Viaggi!

Eliminati 3 passaggi in un sol colpo? Sì e da subito, non fra 20 anni!

Oggi, chiunque, grazie ad una connessione internet, può prenotarsi un volo per una qualsiasi località del mondo, una struttura ricettiva e una guida del posto.

Ma in questo momento non stiamo parlando dell'utente finale, molto più avanti rispetto a buona parte delle agenzie di viaggio e tour operator. Anche perché, questo tipo di utente, sia oggi che fra 50 anni sarà sempre una minoranza (sono poi quelli che diventano, per passione, consulenti di viaggio); è come per i ristoranti: chiunque sa farsi da mangiare, ma per motivi di tempo o per cose particolari, si pagherà sempre il servizio del ristorante, così come si pagherà sempre per farsi organizzare un viaggio da altri.

"Altri" chi? Ecco, questo è il punto che ci interessa!

Oggi, ma anche fra 20 anni, ci sono e ci saranno **2 categorie di Tour Operator**: quelli che fanno della loro forza l'aspetto finanziario, cioè investono montagne di soldi per comprare prodotto in quantità (voli, strutture e servizi) per rivenderlo a prezzi imbattibili. Poi esistono i TO che assemblano e costruiscono viaggi su misura. Evolution Travel, al momento, fa parte di questa seconda categoria con poco più di una decina, ma in aumento, di PTO (Promotori Tour Operator) su altrettante destinazioni nel mondo.

Qual'è la differenza fra Evolution Travel Tour Operator e quella di altri Tour Operator italiani?

Fondamentale direi: **Evolution Travel** vende **direttamente al cliente finale**, grazie al web, mentre la maggior parte degli altri Tour Operator vende tramite le Agenzie di Viaggio, ancorati ancora ad uno schema preesistente al web. Illuminante l'ultimo convegno al **No Frills** (Fiera del turismo di Bergamo edizione 2012) al quale sono stato invitato come relatore: nonostante gli ottimi spunti del Professor Giorgio Castoldi per rendere consapevole la platea (Agenti di Viaggio e Tour Operator) sui cambiamenti in atto (il Professor Giorgio Castoldi ha una mente brillante, ha una visione completa del panorama turistico ed è avanti anni luce rispetto alla maggior parte degli operatori) le discussioni tendevano a ricadere sul classico schema agenzia viaggi da una parte e tour operator dall'altra, non comprendendo che ormai l'agenzia può fare il Tour Operator (la licenza è la stessa) e il TO può fare l'agenzia, grazie al web. Insomma **discorsi giurassici!** Infatti, **mentre i due soggetti** della filiera discutono sul chi debba fare il prodotto e chi deva venderlo, una parte di clientela fa già entrambe le cose e si arrangia per conto proprio!

Perché, allora, buona parte, degli operatori, sia TO che Adv, sta seguendo ancora il vecchio schema?

I motivi sono vari:

- 1) le cose non cambiano mai completamente dalla sera alla mattina, serve un normale processo di maturazione;
- 2) Più che le "cose", sono le persone a dover cambiare;
- 3) Conoscere bene i meccanismi del web è come imparare una lingua, difficilmente le generazioni, ancora protagoniste attualmente sul mercato, dai 40 anni in sù, hanno l'elasticità mentale per imparare cose completamente nuove e al di fuori della loro sfera di abitudini (queste generazioni rischiano di essere cancellate anzitempo dai trentenni e, sicuramente, dai ventenni cresciuti in piena era internet e socialweb;
- 4) Per buona parte dei TO, che si sono sviluppati prima del web, il vecchio schema funziona ancora, anche se sempre meno ed andrà ad esaurirsi fra non molto (quindi o attendono di fallire, come per molti è già successo o si trasformano, andandosi a prendere il cliente finale).

Quindi basta che un Agenzia di Viaggi diventi Tour Operator e viceversa, andando direttamente sul cliente finale, grazie al web, come noi di Evolution Travel stiamo già facendo da anni?

Magari! Questo è solo lo scenario da qui a 10 anni. Cioè dei 3 passaggi (DMC, Tour Operator e Agenzia di Viaggi) ne resteranno in piedi 2: la DMC e l'unificazione degli altri 2, che per comodità definirò d'ora in poi con il termine "TO online"! Dopo 10 anni, da oggi, lo scenario sarà ben altro e già c'è chi lo fa!

Eh sì, l'hai già capito! **Dei 2 soggetti rimasti, anche in questo caso, uno diventerà di troppo.** Chi resterà in piedi? La DMC o il TO online? Entrambi saranno in grado di arrivare al cliente finale, ma la DMC ha il vantaggio di avere il prodotto e in alcuni casi di essere il prodotto stesso (struttura che fa anche da TO), poiché risiede nella destinazione oggetto del viaggio del cliente!

Ecco un esempio di chi si è già strutturato in questo modo, clicca qui : è di San Francisco, **vende direttamente in tutto il mondo al cliente finale**, ha il sito in 10 lingue e per ogni lingua ha dei consulenti di Viaggio online, ovviamente madrelingua, che lavorano le richieste in arrivo! Lo so, perché nel 2009 io e Mioara l'abbiamo usato per visitare San Francisco, Napa e Sonoma Valley, ci ha fatto da guida direttamente il titolare!

Per una DMC (ricordo che una DMC è un'agenzia di gestione della destinazione oggetto del viaggio, a cui si appoggiano i TO delle varie nazioni di tutto il mondo) **risiedere** nella destinazione oggetto della vendita, oltre ai vantaggi organizzativi e di gestione, ha altri vantaggi: i **costi di struttura**, adeguati al costo della vita locale, che in molte parti del mondo, sono molto più bassi di quelli italiani/europei e una barriera protettiva a livello legale, in quanto quella fetta di clienti capricciosi e "professionisti" della raccomandata a fini risarcitori, saranno neutralizzati (amenochè il sistema giudiziario mondiale non evolva alla stessa velocità, ma non credo, qui si parlerà di secoli).

Sulla carta vince la DMC, questo vale anche per le DMC italiane, ossia chi fa incoming. **Tutto questo accadrà** se la DMC riuscirà a strutturarsi con la collaborazione di Consulenti di Viaggio Online Facenti parte della stessa struttura/piattaforma (**una cosa certa** nei secoli è l'esistenza del consulente di Viaggi online) nelle varie lingue e se riuscirà a crearsi visibilità nel web delle nazioni in cui vuole vendere al cliente finale. Cose non proprio facilissime, che noi di Evolution Travel sappiamo fare bene in Italia e Spagna, mentre per le altre nazioni stiamo imparando!

Quindi, come deve evolvere Evolution Travel, per esserci e prosperare anche fra 20 anni?

Favorire i PTO (Promotori Tour Operator) che col tempo vorranno svolgere anche il ruolo della DMC, praticamente fare il TO online puro (già oggi c'è chi, in ET, lo fa), acquisendo e gestendo i singoli servizi in loco, dalla struttura, alla guida, alle escursioni, voli interni, ecc.. Sono certo, che più di qualcuno si sposterà pure dall'Italia per risiedere fisicamente nella destinazione che ama, per gestirne al meglio l'operatività e lo sviluppo.

Questi PTO dovranno, però, **stare molto attenti** a non sbilanciare il proprio orientamento solo sul prodotto, altrimenti perdono le vendite. Non devono mai perdere di vista l'orientamento anche al marketing, **relazione col Network**, quindi alle vendite!

La figura del consulente di Viaggi online è eterna, esisterà sempre, in quanto il rapporto personale non potrà mai essere sostituito e nonostante le nuove generazioni vivranno praticamente nel web, sarò solo una minoranza di loro che farà tutto autonomamente: se non altro per il motivo che ho spiegato con la metafora del ristorante.

Oltre che sul prodotto, **la partita si giocherà molto sul marketing**, sui canali di comunicazione per arrivare al cliente finale, che saranno sempre più inflazionati e, quindi, costosi!

E allora che fare? Semplice, si fa quello che gli altri non fanno o che fanno male, per pigrizia. Chiarisco che i più pigri fanno solo gli Adwords!! Invece, bisogna abbinarci, ad esempio, la cura dei contenuti, il modo di trasmetterli, divulgarli, la cura dei dettagli e una cosa che, oggi, pochi fanno, ossia lavorare sulla fidelizzazione e passaparola del cliente e non solo sull'acquisirne sempre di nuovi.

Per aiutare in questo è in arrivo, nelle schede di EtWay, il "Fotoviaggio", un nuovo modo di illustrare il viaggio al cliente, con foto a tutto schermo e il testo del programma di ogni singolo giorno; è già pronto e funzionante un sistema a punti (Etraveller) per fidelizzare il cliente (per fine ottobre saranno pronti di video e verranno fatti degli elearning appositi); stiamo lavorando da anni e sempre di più sul SEO, ossia sui risultati liberi di ricerca, che attualmente vale la metà della visibilità Evolution Travel; curare sempre meglio la gestione dell'email marketing rivolta al cliente, non fornendo solo offerte, ma anche contenuti informativi trasversali; cura e sviluppo dei profili nei vari social network; cura dei blog tematici, in cui un Promotore può diventare autorevole e conosciuto per un determinato prodotto e divulgarli (a tal proposito abbiamo investito non pochi soldi per sviluppare il socialtool e quasi nessuno lo usa...); ricerca costante di nuovi canali pubblicitari online (tutto evolve anche in questo settore)!

E, infine, ma non ultimo in ordine di importanza, migliorare costantemente se stessi, per saper gestire migliaia di relazioni, interazioni con persone di tutti i generi e saper gestire un cambiamento costante! Ognuno di noi deve essere consapevole, che anno dopo anno, migliora anche l'utente, il quale è sempre più esigente, si muove sempre meglio nel web e si attende un livello qualitativo più alto di consulenza.

Da noi si aspetta e vuole qualcosa di più, rispetto a quello che può fare da solo!! L'innegabile crisi economica, che ha colpito duramente le famiglie italiane, ha poi reso ancora più accorto il cliente, che non si accontenta più di un rapporto veloce e disattento, ma vuole aumentare le proprie sicurezze in fase d'acquisto, per spendere al meglio i propri soldi! Fortunatamente, il nostro settore, grazie ai 21 milioni di italiani online, avrà sempre un numero più che sufficiente di persone che comprano viaggi, ma sta a noi migliorare sempre di più noi stessi, per esserne all'altezza, a partire da come gestiamo il nostro tempo e le nostre azioni!! **In questo 2012**, chi l'ha fatto male ha venduto meno e chi la fatto bene ha venduto di più, rispetto all'anno scorso! **Non è un caso**, se alla Convention di quest'anno facciamo un'intera giornata, la domenica, sulla gestione del tempo!

Sono graditi commenti, grazie e ci vediamo sabato 6 ottobre alla Convention!

Le figure del Network le competenze

1 Il PRG, ossia il Promotore di Riferimento Gruppo

(Articolo scritto nel 2008 su una figura, quella del PRG, nata nel 2006)

PRG sta per **Promotore di riferimento di gruppo**, ma chi è esattamente e cosa fa?

Ci arrivo subito, ma facciamo un passo indietro per capire l'**esigenza legata alla nascita di questa figura**.

Circa due anni fa, con l'importante aiuto di Alberto Toterò (abbiamo avuto con lui, una fruttuosa collaborazione sulla formazione e sviluppo personale dei Promotori Evolution Travel) si è deciso di dare una **struttura a gruppi del Network**, al fine di **facilitare l'inserimento dei nuovi Promotori** e affiancarli a Promotori Evolution Travel esperti e con risultati concreti, in modo che il loro esempio possa essere un faro guida per il gruppo stesso!

In questo modo l'indirizzo da seguire per i nuovi Promotori Evolution Travel è chiaro, evitando così di seguire gli inutili consigli di qualche Promotore, gran chiaccherone e insegnante, ma solo a parole e senza risultati degni di nota! Si sa, è più facile parlare, pontificare e dire agli altri cosa fare, piuttosto che dare l'esempio e farlo per primi! Succede un po' come la settimana che segue la domenica calcistica, tutti diventano allenatori autorevoli, prodighi di consigli, critiche e suggerimenti!

Questa è una dinamica di gruppo del tutto naturale e nasce spontanea a qualsiasi livello e in qualsiasi ambiente, sia esso lavorativo, sociale che familiare... siamo umani e tutti hanno dei bisogni da soddisfare, primo fra tutti quello di importanza e poi di socializzazione!

Fintanto che ciò accade discutendo di calcio in un bar, è un conto, diverso diventa quando questi meccanismi prendono vita all'interno delle organizzazioni aziendali, peggio ancora con molte persone!

Il Network Evolution Travel non sfugge a questi meccanismi, poiché è un Network composto da molte persone e **il fattore umano è, grazie a Dio, predominante sulla tecnologia**, altrimenti basterebbe un software col giusto "DNA" e installarlo in ognuno di noi, ma ciò annullerebbe la nostra personalità, creatività e contributo!

Quindi la finalità del PRG, PRL e PRA (i primi PRL, cioè Promotori di riferimento di linea, verranno nominati ad ottobre, mentre i primi PRA, cioè Promotori di riferimento di area, matureranno a fine 2009) è appunto **quella di indicare la direzione agli altri Promotori Evolution Travel con l'esempio, non solo con i propri risultati, ma anche con i propri comportamenti e valori, PERFETTAMENTE in linea con quelli della sede!**

Un Prg per definizione, dev'essere un Promotore di riferimento per tutti i Promotori Evolution Travel collegati, al fine di conoscere meglio il sistema ET, al fine di prendere esempio da una persona che ha ottenuto risultati e che sa come ottenerli! Senza tuttavia alcun obbligo di fare altrettanto, ognuno è libero di credere e fare ciò che vuole, anche perchè c'è sempre qualcuno che può fare meglio, diventando a sua volta un esempio diverso! **Ovviamente deve dimostrarlo** coi

risultati e i risultati nel nostro settore sono le vendite e le conseguenti capacità relazionali di leadership!!!



Sia chiaro che il Prg non si accolla la responsabilità delle azioni e quindi dei risultati degli altri, poichè questa spetta solo ai singoli. La responsabilità del Prg sta nell'essere disponibili ad ascoltare,

fare domande intelligenti affinché i singoli Promotori Evolution Travel possano trovare da soli le risposte (l'unico modo per crescere), dare input sul percorso formativo, fornire indicazioni sulla struttura Et e quant'altro possa essere utile per capire quali siano le migliori risorse e strumenti da sfruttare per il conseguimento dei propri obiettivi!

Quindi il Prg NON è un capogruppo che da ordini, che dice cosa fare e che controlla da vicino quello che i componenti del gruppo fanno! **Il Network che voglio non ha capi e capetti, ma solo leader che guidano con l'esempio dei propri risultati e dei principi in cui credono, perfettamente condivisi con i valori e la visione del Network!**

I Promotori Evolution Travel sono obbligati a far parte di un gruppo? Assolutamente no! Non c'è alcun problema, ognuno è libero di fare ciò che vuole e di ottenere i risultati che merita, anche senza l'esempio di alcuno! Una cosa, però, deve essere chiara: chi vuole avere titolo di guidare, dimostri prima di guidare bene se stesso, ottenendo risultati concreti e dimostrando di ispirare gli altri a fare altrettanto!!!

Gli attuali PRG sono Serena Mazzatenta con la sorella Valentina, Bruno Bottaro, Roberta Polveraccio, Emnauela Marra, Alessandra Bettoni e durante la Convention Nazionale Evolution Travel, ne vengono nominati altri e sono nati anche i primi PRL, cioè un PRG che all'interno del suo gruppo ha un Promotore Evolution Travel che qualifica anche lui PRG! I Promotori Evolution Travel che vogliono approfondire la struttura e figure del Network hanno a disposizione nell'agenzia online, tutto il relativo materiale informativo!

Ringrazio pubblicamente gli attuali PRG che, con il loro esempio, stanno svolgendo un ottimo lavoro per gli altri e per se stessi, contribuendo in modo importante alla crescita del Network Evolution Travel! :)

2 PRP e PTO, ossia i Promotori di riferimento per i prodotti turistici

Premessa:

Nel settore dei viaggi e turismo **esistono due figure principali**: il Tour Operator (TO) che "assembla-confeziona" il prodotto e l'agenzia di Viaggi (**Adv**) che lo vende al pubblico. Nel nostro caso il TO è il PTO (Promotore Tour Operator), l'Agenzia di Viaggi è il Promotore. Il PRP è, invece, il Promotore di Riferimento Prodotto per conto di un Tour Operator esterno.

Ho fatto una macro distinzione di ruoli, ma sappiamo benissimo che, oggi, nell'era del web, **i ruoli si stanno confondendo** o meglio sovrapponendo! I TO cominciano a proporsi al pubblico via internet e le Agenzie di Viaggio cominciano ad assemblare-confezionare direttamente i prodotti e venderli.

Insomma **la filiera turistica si sta assotigliando!**

L'obiettivo? Aumentare i margini della redditività!

Il limite che il TO sta cercando di superare è quello di poter vendere direttamente al pubblico (sono necessarie le persone, l'e-commerce da solo non basta), mentre **il limite dell'Adv** è quello di avere le necessarie specifiche conoscenze e competenze per assemblare e confezionare direttamente i prodotti, oltre che ad essere limitate nel numero di persone: la maggioranza delle agenzie è composta dal solo titolare!

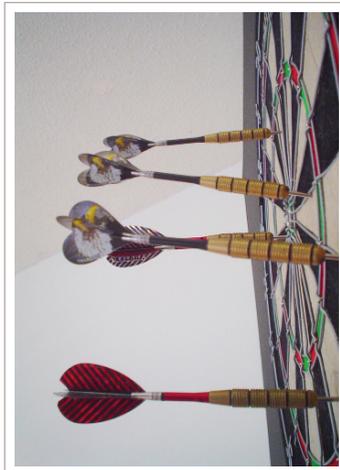
Altro che le belle parole di alcuni TO "...per noi le agenzie sono importanti e fon-

damentali e vanno rispettate nella loro funzione, per cui non ci interessa vendere direttamente al pubblico...”

Sono ballespaziali! : Se solo potessero, non ci penserebbero un minuto ad eliminare un passaggio in più e prenderne tutto il margine...! **Sia ben chiaro:** più che giusto e legittimo, la competizione del mercato non lascia spazio alla beneficenza: anche nel nostro settore vale la Legge di Darwin!

Stessa cosa vale per **le Adv, hanno molte più possibilità di sopravvivere** se si specializzano su di una ristretta rosa di prodotti che amano, di cui ne hanno la perfetta conoscenza e si assumono le stesse responsabilità dei TO, prendendosene i margini! Ma **uno dei limiti dell'Adv** è che il suo organico, nella maggior parte delle volte, è composto dal solo titolare...che non può conoscere tutte le destinazioni e che deve fare tutto: contabilità, parte legale, fiscale, burocratica, accordi, pubblicizzare e vendere: Tempo a disposizione? 24 ore al giorno...auguri! :)

Precisazione tecnico/legale: dal 1998 le licenze TO e Adv sono state unificate e, quindi, un TO può svolgere l'attività d'agenzia e viceversa!



Quando ho ideato la figura del PTO (Promotore Tour Operator) l'obiettivo era quello di specializzare Evolution Travel su ogni destinazione in cui ci fosse un Promotore esperto. Non solo esperto, ma in molti casi, presente sul territorio, poiché residente in quel luogo di cui ne condivide la cultura, i costumi, la tradizione e i valori! **Chi meglio di una persona con queste caratteristiche può aiutarci a svolgere un lavoro da TO di altissimo livello?**

Cosa molto importante: **il mio obiettivo coincideva e coincide perfettamente** con quello di molte persone che sono diventate Promotori scegliendo il modello Evolution Travel, proprio per questo motivo, cioè avere la possibilità di proporre il prodotto turistico che amano, vendendolo direttamente e anche tramite un Network! **Togliendo loro il peso** di tutta la parte burocratica, fiscale, contabile, legale, gestita dalla sede!

Insomma, se vogliamo fare un paragone col mondo turistico “tradizionale”, **i PTO sono i Tour Operator e i Promotori sono le Agenzie di Viaggio!**

E se un Promotore non vuole essere un PTO o un PRP, ma un “generalista”?
Ottimo..avrà tutto l'appoggio e formazione da parte dei colleghi specializzati e venderà ciò che desidera!

Periodicamente i PTO e PRP erogano formazione, così come fanno i TO, con incontri dal vivo e corsi online.

Il Network cresce ogni giorno grazie alle competenze di ogni singolo Promotore e il risultato dell'insieme è una fantastica ed efficiente Alleanza di Cervelli che può affrontare il mercato con un modello flessibile, snello, leggero nei costi, che integra perfettamente la funzione di TO e Adv, che usufruisce dei più moderni strumenti tecnologici, di gestione, di marketing e di comunicazione!

Annotazione: visto l'alto profilo che un PTO e PRP deve avere, è stata creata una figura intermedia, quella del Prs (Promotore di riferimento scheda) il quale potrà iniziare il proprio percorso con l'inserimento di 3 singole schede del prodotto che ama, in uno dei portali già esistenti. Una volta ottenuta la giusta qualificazione, non solo basata sulle conoscenze, ma anche e soprattutto sui risultati di vendita, potrà diventare Prp con anche un portale tematico completamente dedicato, contenente prodotti del TO scelto! Il PTO è invece l'ultimo passaggio, quello più impegnativo, ossia costruire un proprio prodotto, cioè fare il TO.

Da gennaio 2008 i PRP e PTO potranno anche organizzare dei **Roadshow aperti al pubblico**, visto il successo ottenuto da quello svolto come test sull'India e Nepal

Il mio sogno è quello di costruire una rete di promotori in lingua italiana (di base) presente sull'intero pianeta, una **rete globale** e che ciascun promotore abbia la possibilità di promuovere i luoghi che più ama! Già oggi i Promotori sono sparsi, non solo su tutto il territorio nazionale, ma anche all'estero e ci sono sempre più italiani nel mondo che ci stanno seguendo, contattando per entrare a farne parte e promuovere il proprio territorio!

Un sogno sempre più condiviso e che si sta trasformando velocemente in splendida realtà!!! :)

P.S. Aggiornamento 16 settembre 2009. Per mantenere la qualifica di PRP sono fondamentali 3 requisiti mantenuti nell'anno, ossia: 1) che il prodotto si venda direttamente o indirettamente; 2) che si faccia formazione al Network; 3) che si organizzino campagne di gruppo, direttamente o indirettamente.

3 La nuova figura che coinvolge il pubblico: l'ETraveler

Una delle **novità del 2010** è la figura dell'**ETraveler**. Grazie alla piattaforma tecnologica del Network Evolution Travel, sarà possibile coinvolgere il pubblico (clienti e non) nell'usare il software degli appalti con relativo Market Place!

In questo modo, **chiunque potrà** via web inserire, nell'apposito software Evolution Travel, il nominativo di un amico o conoscente desideroso di fare un viaggio, ad esempio in India, quindi cercare sul Market Place il Consulente Evolution Travel specializzato su tale destinazione: appena effettuata la ricerca comparirà la TOP TEN dei Consulenti specializzati sull'India. **A questo punto l'Etraveller non farà altro che** scegliere un Consulente della TOP TEN e appaltargli il nominativo del proprio amico/conoscente, affinché possa essere fatto un preventivo del viaggio desiderato. Tutto questo via software web.

L'ETraveler è, quindi, un segnalatore, il quale potrà usare via web alcune funzioni dei software in dotazione ai Consulenti Evolution Travel, ossia il sistema degli appalti e il Market Place. A fronte di una segnalazione andata a buon fine, **l'ETraveler percepirà una commissione!**

Quanto costa il software usato via web, per poter diventare un Etraveller?
Sarà gratuito!! Compresa anche una formazione base via elearning.

I vantaggi per tutto il Network Evolution Travel, generati dalla nascita di questa nuova figura sono molteplici! Primo fra tutti la possibilità di coinvolgere in maniera attiva migliaia di persone appassionate di viaggi, che con un paio di click potranno interagire col nostro Network, da qualsiasi parte del mondo e rendere virale (passaparola) la conoscenza e l'uso del nostro Network stesso: la piattaforma Etraveller sarà, infatti, in multilingua. Gli Etraveller non italiani, potranno scegliere, nel Market Place, i Consulenti Evolution Travel in lingua o della relativa Nazionalità.

Il 2010 è stato, quindi, un anno ancor più eccezionale, all'insegna dell'internazionalizzazione e dell'integrazione sempre più ampia del Network Evolution Travel con migliaia di persone in tutto il mondo, clienti in testa, nello stile del miglior social network!

Tutto ciò è stato creato dal nulla, come tantissime altre splendide realtà economiche generate dal web, negli ultimi 10 anni. **Evolution Travel ha proprio 10 anni di vita**, come il web e cresce di pari passo, uno dopo l'altro, a velocità sempre più sostenuta. Con questo voglio dire che **non si improvvisa nulla! Essere una realtà economica** turistica nel web, da ben 10 anni, addirittura dalla nascita dello stesso mondo digitale, aver vissuto e superato normali periodi di turbolenza, dati dal livello innovativo e di gioventù del modello, dimostra ampiamente la solidità del modello stesso!

Mai, come oggi, è **il momento giusto** per fare della propria passione dei viaggi, una professione, diventando un Consulente/Promotore Evolution Travel oppure un hobby, diventando un Etraveler! :)

Il Consulente ET

la psicologia

1

L'importanza di non associare l'identità del venditore a quella del Consulente

E' importante sentirsi venditori per riuscire a vendere? Certo! **L'identità** che abbiamo di noi stessi stabilisce le nostre convinzioni, le nostre azioni e quindi i nostri risultati!

Ma e c'è un grosso "ma", bisogna stare attenti a quello che si intende per "venditore"! Molti raffigurano questo termine con uno in **giacca, cravatta e valigetta** che va in giro a sfinire le persone con le sue chiacchiere e insistenze, fino a che lo si manda a quel paese o ci si decida a comprare!

Verissimo! Esiste anche questo tipo di venditore, si muove "porta a porta" e incontra a "freddo" i propri potenziali clienti. Possono essere anche azioni senza incontro fisico, ma via telefono, chiamando tutti i nominativi dall'elenco telefonico!!

Il venditore è più concentrato sul prodotto che sul cliente, poiché molte volte ne ha solo un tipo da vendere o una piccola gamma!

Di solito questi sono i commerciali "migliori", ossia persone che non mollano mai e abituati a sentirsi dire quasi sempre NO! Eh..sì, **l'attività del venditore è l'unica attività al mondo in cui si è pagati per sentirsi dire NO per la maggior parte del tempo!**

Io lo so bene! :)

Il Promotore Evolution Travel dev'essere un venditore di questo tipo per avere successo?

Io dico di no, anzi è la strada giusta per combinare gran poco!

E allora? Il Promotore Evolution Travel è un **CONSULENTE** per il potenziale cliente, poiché ha a disposizione una gamma di prodotti turistici che è praticamente infinita, anzi può proporre prodotti costruiti ad hoc da egli stesso!

In questo caso è fondamentale capire che **essere consulenti vuol dire** essere concentrati sulle esigenze del cliente e trovargli il prodotto giusto.

In sintesi ascoltare per il **75% del tempo** il cliente e parlare solo per un 25%, in cui si fanno delle domande intelligenti per **aiutare il cliente** a capire cosa vuole! Eh..sì perché, **nella maggioranza dei casi**, il cliente ha ben chiaro cosa non vuole piuttosto che cosa vuole, ossia non vuole più stare a casa e al lavoro, piuttosto che sapere esattamente dove vuole andare!

Ma questo non è un problema, fa parte del nostro lavoro, anzi **rappresenta l'opportunità di vendita**, una volta che lo aiutiamo a chiarirsi le idee, partendo da una semplice richiesta generica di informazioni. Altrimenti si sarebbe arrangiato da solo!

Il venditore pagherebbe oro per avere questi nominativi che si rivolgono a noi, piuttosto che andare su quelli a "freddo"; bisogna provare per capire cosa vuol dire, quelli che l'hanno provato, lo sanno molto bene!

Quindi essere consulenti non vuol dire vendere, ma **aiutare gli altri** (clienti) ad ottenere ciò che vogliono veramente! Va da sé che **la vendita è una pura conseguenza!!!**

Questo vale per un Promotore Evolution Travel quanto per un Broker assicurativo o finanziario!

Ecco, e mi rivolgo a tutte quelle persone che temono di essere inadeguate perché non si sentono venditori, **CAMBIATE l'immagine** del venditore con quella del CONSULENTE e vedrete che vi sentirete meglio, più a vostro agio e **lavorerete con facilità!**

Se credete di poter essere e, quindi, **ESSERE** un consulente (uno che ascolta e consiglia), attiverete dei comportamenti che vi porteranno a compiere tutta una serie di azioni in **tranquillità e sicurezza**, con i conseguenti risultati: **VENDITE!**

Il messaggio è: chiunque può vendere, poichè vendere non è altro che relazionarsi con gli altri, porsi in ascolto, aiutarli a capire cosa vogliono, quali sono i loro bisogni, poi cercare o costruire il prodotto giusto e darglielo. Farete felici loro e voi, me compreso! :)

2 Che percezione hai del marketing e della vendita?

Spesso sento persone che parlano del marketing e della vendita, come se parlassero di cose lontane, che non li riguardano, anzi a volte esprimono **giudizi poco lusinghieri** nei confronti di queste discipline. Queste persone, purtroppo per loro, non si rendono conto che **tutti, indistintamente**, siamo nel campo del marketing e delle vendite!



“Non succede nulla in questo mondo fino a che qualcuno non vende qualcosa a qualcun’altro” Walter Hailey

Ogni tanto mi piace rileggere una pagina di uno dei miei autori preferiti, **John F. Demartini**, che vi voglio riportare integralmente:

“Tutti sono nel campo del marketing e delle vendite, che ne siamo consapevoli o no. La bellezza, la forza, l’intelligenza, la cortesia, il potere, sono tutti modi per pubblicizzare il tuo valore in quanto essere umano e ti permettono di attrarre altri esseri umani. Persino le piante si occupano di marketing quando hanno i fiori. I colori e il profumo attirano gli insetti come clienti verso i loro prodotti (il nettare e il polline). In questo modo si instaura uno scambio equo di lavoro e ricompensa e la vita fiorisce.

La bellezza fa da veicolo alle transazioni. Questo è il modo in cui opera la vita.

Se pensi che le vendite e il marketing non siano attività rispettabili e abbiano in qualche modo un effetto manipolatore, ti stai mettendo contro le forze della natura. Faresti meglio a cambiare idea, perchè queste attività fanno parte dell’ordine divino e sono ingredienti vitali per la tua realizzazione.

Esistono 4 sentimenti magici che apportano energia alla tua vita facendola scoppiettare: gratitudine, amore, ispirazione ed entusiasmo. E’ questo scoppiettio che fa la differenza. I proprietari di ristoranti messicani si sono accorti che facevano molti

più soldi quando portavano al tavolo un carrello con sopra delle fajitas scoppiettanti.

Se ti presenti sul mercato e non sei scoppiettante, perchè la gente dovrebbe comprare qualcosa da te? E' più saggio essere creativi, danzare insieme al mercato, giocare con le vendite e mettere dell'entusiasmo nel lavoro. Più dinamismo, sicurezza ed energia metterai in ciò che fai, maggiori saranno i tuoi risultati!"

3 Vuole o non Vuole? Capace o incapace di svolgere il proprio lavoro?

Lo dico sempre alle persone che fanno formazione in Evolution Travel: **non perdetevi tempo con chi non vuole!** Investite, invece, tutte le vostre energie e tempo con chi vuole, anche se è del tutto incapace, d'altra parte è normale non essere capaci per chi affronta qualcosa di nuovo!

Quando mi rapporto con un Collaboratore o un Promotore, cerco subito di capire in che quadrante si trova:

1. Vuole, ma è incapace.
2. Vuole ed è capace.
3. Non vuole, ma è capace.
4. Non vuole ed è incapace.

Ecco, con quelli dei punti 3 e 4 non ci perdo nemmeno un minuto (peccato soprattutto per quelli del punto 3), mentre **do tutto me stesso per quelli dei punti 1 e 2!** Attenzione però, non lo devono semplicemente desiderare, ma veramente volere con tutte le loro forze: c'è una bella differenza fra chi si esprime con un "mi piacerebbe.." e chi con un "voglio..!" **Capisco subito** chi veramente vuole e si spaccherà in 4 e chi, invece vorrebbe, ma non farà alcunchè! **Basta ascoltare bene** le parole che scelgono per esprimersi e il modo in cui le dicono! Come si fa a capirlo? Se vuoi, ti consiglio un bel corso di PNL e tutto ti sarà chiaro! :)

Perchè scrivo questo articolo? Trovo fondamentale chiarire a chi vuole svolgere un'attività con successo, una qualsiasi attività, che basta risponderci a 3 semplici domande per capire se la strada è quella giusta, ossia:

1. Cosa vuoi e lo vuoi veramente?
2. Perchè lo vuoi?

3. Sei disposto a pagarne il prezzo?

Non c'è una persona al mondo, sana mentalmente, che non possa avere successo in quello che fa, anche se parte da una situazione di totale incapacità. Chi non ottiene risultati non sono gli incapaci, ma quelli che non vogliono!

Chi sono le persone che hanno un tasso di successo del 100%, in una delle imprese più dure al mondo? I bambini nell'imparare a camminare! Totalmente incapaci, ma con una volontà e determinazione di ferro, insistono, caduta dopo caduta, botta dopo botta, per poco più di un anno e poi, quasi per magia cominciano a camminare! E scommetto che a nessuno di questi bambini è mai venuto in mente di dire "Beh...camminare non fa per me, meglio strisciare per tutta la vita!"

Quei bambini eravamo noi e adesso non siamo altro che bambini cresciuti, con la differenza che, a volte, se cadiamo una o due volte ci blocchiamo subito! Perché questo accade? Semplicemente perché, una buona parte di noi, pensa di voler intraprendere delle strade che in realtà, poi, non vuole!

A questo punto una domanda utile potrebbe essere: **"Come si fa a sapere cosa si vuole veramente?"**

4 Come la paura blocca l'azione e impedisce l'arrivo dei risultati

Beh...io la metterei in un modo diverso, ossia **"Hai un telefono e hai paura di vendere, cioè di entrare in contatto con le persone?"**.

Infatti è questa la sfida per chiunque voglia fare un'attività commerciale, cioè **vincere la paura** di entrare in contatto con persone sconosciute e proporgli ciò che hai da vendere o ciò che loro cercano! La paura di vendere, come la paura di parlare in pubblico è ai primi posti in classifica per la maggior parte delle persone!

Si ha paura di apparire stupidi, di sentirsi imbarazzati se ti viene chiesto qualcosa che non sai, magari di dimenticarsi ciò che si deve chiedere e soprattutto si ha paura di sentirsi dire no! **Guardando il telefono** e il nominativo da chiamare si fanno 1.000 presupposizioni su quello che potrà accadere durante la telefonata

e più ci si pensa, più queste fantasie, se supportate dalla paura, generano ansia, frustrazione e paralisi!

Razionalmente sappiamo che prendere in mano il telefono è la cosa migliore e che ci da più possibilità di chiudere la vendita, ma la nostra vocina interna (stramaledetta quando è negativa) ci dice tutto quello che può per demotivarci, per indurci a non farlo.

Ci dice delle cose tipo "e se ti chiede qualcosa che non sai che figuraccia fai?"...



"cosa lo chiami a fare, tanto sai che è un perditempo, uno che vuole solo informazioni e poi prenota nell'agenzia sotto casa"... "non chiamarlo, sarà sicuramente occupato e ti tratterà male per averlo disturbato"...e avanti così con un'infinità di giustificazioni.

Più passa il tempo, senza prendere in mano la cornetta, più si comincia a sudare, lo stomaco si chiude e più si sta veramente male, ci si paralizza letteralmente, fino a che si decide di liberarsi

di questo peso e gli si risponde via email o addirittura lo si cestina, senza nemmeno provarci! Risultato? Vendita persa senza nemmeno averci provato! Magari dall'altra parte del filo c'era uno con le valige in mano, pronto a partire, ma non lo sapremo mai!

I Promotori Evolution Travel hanno un vantaggio enorme, rispetto ad altre attività commerciali in cui si deve vendere "a freddo" (telefonare a nominativi che non sanno che li stai chiamando e non interessati minimamente al prodotto. L'interesse glie lo devi creare da zero!). Il vantaggio enorme è che **sono i potenziali clienti a contattare i Promotori Evolution Travel e sono loro che, paradossalmente, creano l'interesse al Promotore**, dicendogli fra le righe "Ehi, qui c'è uno che vuole spendere dei soldi per un viaggio, chiamami e consigliami!"

Se questi potenziali clienti fanno un buon lavoro, creano al Promotore il giusto interesse, a tal punto di convincerlo a prendere in mano la cornetta e chiamarlo e il gioco è fatto, si parte per le vacanze! Se, invece, il potenziale cliente va di fretta, si propone male, non fornisce abbastanza elementi per non essere classificato un perditempo, le sue chances di essere chiamato si riducono a zero o qua-

si! Non voglio generalizzare, ma purtroppo per una parte dei Promotori è così, per la maggior parte, invece, fortunatamente è esattamente il contrario: sono i Promotori Evolution Travel che chiamano il cliente! Attenzione, questo vale per qualsiasi altra attività commerciale, andate in un negozio qualsiasi e a volte siete voi che dovete convincere il negoziante a vendervi quello che cercate! A volte questa si chiama paura, altre volte ha un altro nome...!

Chissà perchè a mano a mano che le cose diventano più comode, si fa sempre più fatica a farle!! Secondo me è solo una questione di disciplina e forza di volontà (palle e fame)!

Torniamo al concetto di paura: **in un periodo difficile della mia vita**, 17 anni fa, per riuscire a vivere, ho dovuto vendere porta a porta detersivi. Sì, ero uno col borsone in spalla, suonavo circa 200 campanelli al giorno ed ero anche uno dei pochi bianchi della squadra, insieme a Mioara, la mia compagna! Paura? Sì, all'inizio avevo una paura folle, i primi giorni quando mi accompagnavano in furgone, insieme agli altri, nelle varie zone da battere a tappeto, mi tremavano le gambe, grondavo di sudore freddo, lo stomaco era completamente chiuso, mi veniva quasi da vomitare e la mia vocina interna mi diceva "ma che stai facendo? Sei pazzo? Vedrai, la gente di tratterà male, li vai a disturbare, ti insulteranno e se trovi qualcuno che conosci che figura ci fai?". Per fortuna la mia parte razionale rispondeva a tono a questa vocina del caz.. che mi parlava da dentro e che cercava di frenarmi, di dissuadermi, come se fosse lei a darmi da mangiare!!

Ricordo perfettamente il primo campanello, ero un fiume di sudore, tremavo e il cuore batteva all'impazzata. Gli occhi puntavano il campanello di una bifamiliare con giardino, una siepe nascondeva parte della casa, dentro non vedevo movimento, ero praticamente paralizzato e la mia vocina interna sfornava un milione di motivi al secondo per farmi desistere, addirittura mi diceva "Questa è la casa di un serial killer di venditori porta a porta, entra, sarai ucciso e segato in 1000 pezzi". C'è da dire che all'epoca guardavo parecchi film dell'horror e, ancora peggio, parecchi telegiornali! Non so come, ero in tranche, ma ad un certo punto, con mia grande sorpresa, **ho visto il braccio alzarsi con l'indice della mano teso** andare verso il campanello, quando all'improvviso, ancor prima di pigiare sul campanello, spunta dalla siepe una distinta signora sui 60 anni e con un sorriso radioso mi dice "**Giovanotto posso fare qualcosa per lei?**".

Al che, dopo un mega spavento iniziale, tutte le mie paure erano sparite in un lampo e cominciai ad interloquire con quella deliziosa signora che, in quel momento, vedevo come l'Arcangelo Gabriele venuto sulla Terra per salvarmi! Pur

essendo ben preparato sul prodotto da vendere e pronto a fare delle dimostrazioni pratiche di pulizia sui pavimenti e finestre, la maggior parte del tempo, in quella casa, l'ho passato ad ascoltare questa signora che probabilmente nessuno ascoltava da tanto tempo. Avevo un borsa con 10 confezioni, per ogni confezione guadagnavo 5.000 delle vecchie lire.

Sai quante confezioni ho venduto a questa signora? L'intera borsa, anzi è stata lei a comprarla, perchè io sono stato tutto il tempo ad ascoltarla! Alla fine mi ha pure ringraziato e pregato di tornare a trovarla, perchè al supermercato mai nessuno l'aveva ascoltata come ho fatto io!

Beh..a quel punto avevo rotto il ghiaccio nel migliore dei modi e soprattutto potevo dire alla mia vocina interna "Visto che quelle che mi dicevi erano tutte stroncate? **Cara vocina, adesso hai due possibilità o stare zitta o darmi una mano dandomi ancora più coraggio!**".

Certo qualcuno potrà pensare che sono stato fortunato nel trovare al primo campanello una signora di questo tipo e in parte è vero, ma la fortuna non c'entra nulla con la decisione di salire su quel furgone!!! In seguito suonare campanelli era diventata un'abitudine e alla paura si era sostituito l'entusiasmo di ricevere in contanti ogni sera circa 200.000 lire, che per quei tempi rappresentavano una bella somma! Sia chiaro che non è mai stato facile, soprattutto quando dovevo schivare un bel po' di pomodori e altri oggetti lanciati nella mia direzione da parte di potenziali clienti un po' innervositi. Oppure quando mi sono trovato in una casa con uno che mi ha fatto vedere la pistola sul comodino, facendomi capire che il suo campanello non doveva più essere suonato da me (se mi capitava questo al posto della prima gentile signora, la mia carriera di venditore sarebbe, forse, stata stroncata per sempre)!

Oggi, in un'attività come quella di Evolution Travel il Web rappresenta quel furgone che usavo io una volta, con la differenza che oggi trasposta i clienti da noi e sono loro a suonare il nostro campanello per chiederci di vendergli ciò che gli serve e mi viene da ridere quando sento che fra questi ci sarebbero dei perditempo!!

n realtà penso che siamo noi, molte volte, a far perdere loro del tempo prezioso! Comunque, anche se il web e il telefono ti mettono al sicuro da pomodori e possibili pistolettate, c'è sempre in agguato la paura! Paura di essere rifiutati, di perdere tempo, di non essere all'altezza, ecc...!

Come si vince la paura? Nel modo più banale e semplice, talmente semplice da non essere preso nemmeno in considerazione, ossia con l'**AZIONE!!!** **Alza quel braccio e afferra il telefono e digita il numero.** E più velocemente lo si fa, senza pensarci, meno paura si prova, anzi più lo si fa, più diventa un'abitudine! Naturalmente **vendere è l'unico lavoro al mondo in cui si è pagati per sentirsi dire NO la maggior parte del tempo!** Bisogna essere preparati a questo!

Si, la chiave del successo è la preparazione, tu sei preparato? Se non ti senti sicuro, se non hai fiducia in te



stesso, vuol dire che non sei preparato sufficientemente e allora **PREPARATI per bene e AGISCI!** Leggi libri sulla vendita, guardati dei videocorsi, frequenta chi sa già vendere e fai esattamente ciò che queste persone fanno!

E' così semplice da non sembrare vero? E' questo che stai pensando in questo momento? Fermati un attimo e pensaci bene, chi è che te lo sta

dicendo? E' forse la tua vocina interna? Eh eh eh...) eh sì, è proprio lei e allora **dalle anche tu due possibilità: "Cara vocina o te ne stai zitta e muta o mi dai una mano e mi aiuti ad aver coraggio!"**

Se hai un'attività commerciale devi prepararti bene, leggi libri, segui videocorsi e corsi dal vivo, frequenta persone che ottengono risultati! Oggi il mercato è molto competitivo e devi essere preparato! Hai idea della preparazione che un tennista deve seguire per andare a fare una torneo? La sua attività è il tennis, la tua è un'altra, ma è sempre un'attività e la vita, che piaccia oppure no, è una continua competizione: se provi passione per ciò che fai ti sarà facile e ti divertirai!

Preparati e agisci, agisci e preparati! L'azione e la preparazione vincono sempre sull'inerzia!

Nessuna frase più vera di quella di J.W. Goethe: **"Un giorno la paura bussò alla porta. Il coraggio andò ad aprire e non c'era più nessuno!"**

5 Se non vuoi critiche, accontentati di vivere nella media!

Ogni tanto **qualche Promotore Evolution Travel di successo**, si lamenta con me delle critiche che riceve da una parte di colleghi, mentre prima, quando ancora non otteneva dei buoni risultati, le critiche erano inesistenti! Rimangono allibiti quando gli rispondo che dovrebbero accendere un cero a Sant'Antonio, per ringraziare delle critiche ricevute e pregare che ne arrivino molte di più!!

Infatti credo che **la differenza fra una persona di successo e una nella media**, sta proprio nella quantità di critiche che riesce ad accettare! Bada bene, non ho detto che bisogna farsi piacere le critiche, ma accettarle con serenità e individuare se c'è qualcosa di utile da imparare.

Tutte le persone di successo, in qualsiasi campo, sono criticate da un terzo delle persone che conoscono, mentre da un altro terzo sono amate e l'altro terzo sta metitendo da che parte stare!

Il mio consiglio è di porre l'attenzione sul terzo che ti vuole bene, lavorare per conquistare il terzo di indecisi e prendere ciò che c'è di buono da quello dei critici, ignorando il resto!

Le persone nella media non riescono ad accettare le critiche, hanno paura di ciò che una persona può dire o pensare di loro e quindi di ciò che potrebbero subire. Queste persone non si espongono mai, restando per tutta la vita nella media, adeguandosi a tutti e andando d'accordo con tutti, insomma non escono mai dal gregge...che tristezza!!

L'essere umano è fatto di emozioni, ha bisogno di criticare per sentirsi vivo, per sentirsi importante e partecipe. **Tutti criticiamo** in modo più o meno civile ed intelligente. **Ma non tutti** siamo soggetti a critiche, lo sono solo quelli che in qualche modo si fanno notare, che fanno qualcosa che va oltre la media. Ecco, **io**



preferisco essere criticato e molto, perchè vuol dire che quello che dico e faccio interessa a molti, do a queste persone qualcosa per ravvivare la loro vita noiosa e monotona (ovviamente, in questo caso, sto parlando dei critici distruttivi)!

Impara ad affrontare e accettare con serenità le critiche e sii consapevole che aumenteranno proporzionalmente al tuo successo!

Ricorda che l'unica cosa peggiore dell'essere criticati è il non esserlo per niente! :)

6 Un altro ostacolo da superare, soprattutto quando si lavora online a distanza, ossia le presupposizioni.

In un paio di articoli precedenti (identità e valori collegati) ho illustrato quali possono essere alcuni degli ostacoli legati all'attività dei Promotori Evolution Travel e **voglio continuare a farlo**, perchè averne **piena consapevolezza** aiuta a superarli tranquillamente e velocemente!

Eh..sì, **un altro forte ostacolo è rappresentato dalle presupposizioni!!** Nel nostro modello di attività a distanza, in cui 300 persone si relazionano tramite Internet da centinaia, migliaia di Km, i problemi causati dalla poca relazione personale fisica si moltiplicano e amplificano!

Che cos'è una presupposizione? E' una fantasia, una storia costruita dalla nostra mente, basata sul nulla! Solo congetture, ipotesi, ragionamenti senza riscontro oggettivo e, peggio ancora, rafforzati da riscontri cercati e forniti da persone che presumono a loro volta! **Capita a tutti, costantemente!** Ti è mai capitato di telefonare più volte a un tuo amico, sentire libero e non ottenere risposta? Magari chiamarlo anche il giorno dopo e il giorno dopo ancora e non ricevere risposta? **Cosa cominci a pensare? "**

Che stronzo!" o "Ecco lo sapevo, non mi vuole più restituire il libro che gli ho prestato!". Magari, invece che cercare di contattarlo in altro modo, ne parli con altre persone che lo conoscono e queste ti forniscono altre presupposizioni che avallano le tue!

E avanti così, caricandoti emozionalmente come una bomba ad orologeria... **fino al giorno** in cui il tuo amico ti chiama e ti dice di essere appena uscito dall'ospedale per un incidente! **Come ti senti in quel momento, dopo aver fatto le tue belle presupposizioni?**

Sul lavoro è la stessa cosa, sia che ci troviamo vicini di scrivania (ti è mai capitato di chattare per non aver voglia di parlare con la persona che ti sta vicino?) , sia che ci troviamo a migliaia di Km di distanza! **Ognuno resta focalizzato e concentrato** sul proprio lavoro e quando c'è qualcosa che non quadra, piuttosto che trovarsi di persona, guardarsi negli occhi e parlare, cosa si fa? **Ci si abbandona alle presupposizioni, veloci e comode, ma mai utili veramente!**

E allora perchè lo si fa spesso? Perchè viene così naturale e spontaneo? Secondo me per pigrizia mentale ed emotiva, per la difficoltà che si incontrano quando si mette in discussione quello in cui si tende a credere, per paura!

Sai qual'è la buona notizia? Che le presupposizioni si possono vincere facilmente, assumendo consapevolezza della situazione e facendosi due semplici domande: **"Come faccio a saperlo?"**, **"Come faccio ad esserne sicuro al 100%?"**. E se uno si risponde in modo sincero, l'unica storia che starà in piedi, sarà la voglia di conoscere la reale verità!

Adesso fermati un attimo!! Pensa alla tua ultima presupposizione! Qual'era? Che stato d'animo ti ha generato? E una storiella che ti stai raccontando ancora adesso? Prova a farti le due domande "magiche" e dimmi se ci credi ancora o se hai voglia, finalmente, di conoscere la verità!

Se veramente ci tieni e hai abbastanza coraggio per assumerti la piena responsabilità, fa il primo passo e scopriilo, ora!

P.S: ovviamente esistono anche le presupposizioni "positive" e le storielle che ci raccontiamo per farle stare in piedi sono troppo belle per verificare se sono vere! Il loro vero nome? **Illusioni!** :)

7 Dalle presupposizioni al pettegolezzo: quanto può essere negativo per la propria attività.

Credo che il pettegolezzo sia, nella maggior parte dei casi **una conversazione negativa** fra soggetti privi di senso critico e fra loro compiacenti!

I pettegolezzi sono storielle, dicerie, basate e supportate da passaparola incensanti, che ne storpiano di volta in volta il contenuto, a seconda dello stato emotivo, della loquacità e fantasia del pettegolo o pettegola di turno.

Per capire se si tratta di una pura verità o di pettegolezzi, basta fare qualche **domanda specifica** sulla fonte della notizia e si capisce subito se sta in piedi, sup-

portata da prove inconfutabili oppure no, ma per qualche misteriosa ragione, buona parte delle persone non pone queste domande e si abbandona ad una serie interminabile di dicerie!

I **pettegoli** preferiscono continuare a fantasticare e a riportare, magari ricamandoci un po', notizie che in realtà **non offrono vere informazioni!** Per la maggior parte, sono solo conversazioni negative. **Perchè lo fanno?** Che bisogno soddisfanno? Di attenzione? Importanza? Relazione?

Mah...so solo che in tutte le organizzazioni esistono i pettegoli e, fino ad un certo punto, sono anche divertenti perchè ci si ride su, ma quando diventano insistenti, ripetitivi, seri e anche con un certo grado di cattiveria, la cosa si fa antipatica e altamente negativa! **Passare dal pettegolezzo alla diffamazione, il passo è breve!** Con il pettegolezzo organizzato ad hoc e continuo, si possono demolire persone ed organizzazioni. Basta vedere i politici in tv o sui giornali, non fanno altro che spettegolare gli uni degli altri e sono coinvolti in questa interminabile spirale, poichè chi non controbatte sembra dalla parte del torto! Il fatto è che parlare con un idiota per lungo tempo crea un problema, cioè poi gli idioti sono due!!

Molti pettegolezzi partono dalle presupposizioni!

A me piace il "pettegolezzo" buono, quello da risata, con la consapevolezza che, anche in questo caso, sono storielle umoristiche con poche o nessuna verità alla base! Ponendo la massima attenzione che, comunque, non ferisca la sensibilità di alcuno!

E che differenza c'è fra il bugiardo e il pettegolo?

Il **pettegolo**, se gli fai due domande che vanno in profondità, si rende conto di aver abboccato alla classica diceria di turno, priva di fondamenta. Il bugiardo, invece, persevera in ciò che dice e lo fa in malafede, perseguendo un qualche suo scopo a danno della verità, per interesse personale!

Il bello è che il bugiardo col passare del tempo, a forza di ripetere le stesse cose, si autoconvince di ciò che pensa e dice. In poche parole **ha due memorie**, la memoria reale che si basa su cose vere e la memoria menzognera che, partendo da quella reale, viene continuamente alimentata da cose inventate ad hoc. **Col passare del tempo, quella menzognera, si ingigantisce e fa scomparire quella reale!** A questo punto il bugiardo ci crede veramente e come spesso accade, quando viene smascherato in maniera inconfutabile, se ne rende conto anche lui

e gli crolla il mondo addosso! Quello stesso mondo che egli stesso aveva costruito nel tempo!

Insomma non mi piacciono i pettegolezzi, li trovo poco concreti, dispendiosi e inutili, ma questo è quello che penso io, **tu, invece, cosa ne pensi?**

8 “Prima di lasciare il tuo posto di lavoro”



...è il libro che ho appena finito di leggere di Robert Kiyosaki, l'ho letto tutto d'un fiato, d'altra parte come tutti gli altri suoi libri (clicca qui per vedere quelli in italiano)!

E' un vero esempio, non solo per tutti coloro che vogliono diventare professionisti e imprenditori, ma anche per tutti gli imprenditori che vogliono fare il salto di qualità e riuscire a fare dei business milionari! Kiyosaki, autore di questi libri, sa esattamente quello che scrive, perchè ha vissuto tutto in prima persona e, nei suoi libri, ne descrive i

meccanismi con dovizia di particolari e ragionamenti specifici!

Un libro che consiglio, non solo a tutti i Promotori Evolution Travel, ma anche a tutti coloro che vogliono diventarlo, perchè assumere la piena consapevolezza di cosa vuol dire diventare dei professionisti/imprenditori, è la base per poter raggiungere il successo nell'attività!

A tal proposito, riporto l'elenco delle domande che Kiyosaky pone a pagina 58 del libro a chi intende aprire un'attività:

1. Perchè voglio possedere un'attività in proprio?
2. Con quale intensità voglio possedere la mia attività?
3. A che livello di gioco voglio giocare la partita?
4. A che livello di gioco sono disposto a impegnarmi per giocare la partita?
5. Sono disposto a dedicare tempo per apprendere da altri imprenditori di successo?
6. Ho paura di fallire?

7. Posso trasformare la mia paura di fallire in un punto forte che mi aiuterà a guidare l'attività?
8. Riesco ad imparare dai miei sbagli?
9. Riesco a lavorare in squadra o mi piace lavorare da solo?
10. Sono disposto a pagarne il prezzo?
11. Sono disposto a investire il tempo ora per essere ricompensato in seguito?
12. I miei familiari e amici sostengono emotivamente i miei sforzi in questa iniziativa o sono i primi ad ostacolarmi?
13. Sono disposto a rimandare le ricompense finanziarie finché l'attività non ha successo, oppure ho bisogno di una busta paga?

Tu cosa rispondi a queste domande?

Altro interessante concetto è che ci sono molte persone che sanno cosa fare, ma che non riescono a fare ciò che sanno! Per non parlare poi di... eh no, ti ho detto abbastanza e se ti sei incuriosito almeno un po', clicca qui e ordina il libro, costa solo 14 euro, non leggerlo ti potrebbe costare molto di più!

9 Cosa può ostacolare la riuscita dell'attività del Consulente ET.

Ho notato che uno di motivi che a volte limita il successo di un Promotore, non è a livello dell'ambiente in cui svolge l'attività, di azioni, di tempo dedicato o di capacità, ma dipende da un inconsapevole **contrasto di valori legato alla propria identità!**

Già in un altro articolo ho parlato del **concetto di identità, ora voglio approfondirlo, parlando di alcuni valori collegati**, cioè di cosa vale di più per un professionista (Promotore), rispetto a un dipendente! Premetto che nel mondo del lavoro esistono 4 figure/identità: dipendente, professionista, imprenditore e investitore e che la figura del Promotore Evolution Travel abbraccia le ultime 3, partendo di base da quella del professionista!

Quali sono le difficoltà che una persona incontra per passare da un'identità all'altra?

E in particolar modo quali sono le difficoltà, che incontra un dipendente quando vuole diventare un Professionista?

Poiché, di coloro i quali vogliono diventare Promotori Evolution Travel, una

buona parte ha una posizione lavorativa dipendente, **l'obiettivo di questo mio articolo** è di essere loro d'aiuto nel farlo nel migliore dei modi, aumentando la consapevolezza sui meccanismi legati ai valori e all'identità, determinanti per raggiungere il successo voluto!

Per quanto mi riguarda la principale difficoltà è quella di **essere consapevoli** delle differenze e dei concetti che regolano le 4 figure e **sapere bene cosa vale di più per se stessi, cioè i propri valori principali!**

Dipendente:

Il primo valore che cerca in assoluto è quello della **sicurezza!** C'è difficoltà o incapacità nel gestire lo stato d'animo di fronte al rischio, alla paura di perdere soldi e fallire. Di solito il termine "paura" viene usato in risposta alla sensazione di paura, quindi non a qualcosa di veramente concreto, ma a sensazioni prodotte, il più delle volte, da pure e semplici presupposizioni, quasi sempre infondate e che mai si avverano: questo è sufficiente per tenere bloccate molte persone! **La felicità deriva principalmente dal bisogno di certezza e non dall'insicurezza!** Anche per le altre figure c'è la stessa paura, ma viene affrontata in modo diverso! **E' più importante** l'idea, la sensazione di certezza, rispetto al denaro, anche se ci sono dipendenti che guadagnano molti più soldi di molti imprenditori: basta vedere cosa percepiscono certi AD di grosse società e non solo!

Questi valori possono essere così profondi e radicati da venir trasmessi da generazione in generazione...mai sentito delle frasi tipo "Cercati un posto fisso, sicuro, ben pagato, magari in banca o in posta, così sei a posto per tutta la vita!" oppure "Hai visto quello che vergogna, è fallito, al giorno d'oggi è meglio non rischiare!". I telegiornali, la stampa, la radio bombardano la mente delle persone, sfornando ogni giorno il peggio del peggio. Notizie del tipo "Ditta fallita...Crack finanziario...Guardia di finanza passa al setaccio (magari è un normale controllo)... Denunciati per frode fiscale (magari, poi risulta tutto infondato)...Scoppia incendio, distrutto negozio vittima del pizzo...ecc...

Sono pochissime le volte che vengono date notizie positive, sono quasi sempre negative!

La scuola, poi, certo non aiuta, poiché il sistema d'insegnamento si basa sull'evidenziare e punire gli errori (ve li ricordate i segni rossi della biro che sottolineavano gli errori? Sembravano frustate su quel foglio bianco), piuttosto che premiare le cose ben fatte. **E poi ciò che viene insegnato a scuola sono solo abilità tecniche: per avere successo, in qualsiasi ambito della propria vita, ci**

vuole ben altro!!

Oggi le aziende considerano le abilità tecniche come dovute, le danno per scontate, quello che, invece, richiedono sono doti relazionali, di leadership e tutto ciò a scuola non viene insegnato!

Vi assicuro che tutto ciò arriva e influenza profondamente la nostra identità, i nostri valori e di conseguenza quello che vogliamo fare e che ci sentiamo di fare! Va da sé che molti preferiscono, anche inconsciamente, la "sicurezza" del posto fisso! Meno guadagno, ma meno rischio e più sicurezza!

Professionista o lavoratore autonomo:

Qui sono presenti i professionisti: promotori turistici, medici, avvocati, commercialisti, elettricisti, ecc...il cui **valore principale è rappresentato dalla libertà finanziaria, individuale e vogliono essere il capo di loro stessi!** Vogliono che il loro reddito non dipenda da altri se non da loro medesimi!

La loro qualità di vita è direttamente proporzionale alla capacità di gestire lo stato d'incertezza!

Combattono la paura di rimanere senza soldi, non cercando la sicurezza fornita da altri, ma cercandola assumendo il controllo diretto di ciò che fanno, assumendosi la responsabilità delle proprie azioni e quindi dei propri risultati! Sono dei "fai da te" eccezionali e sono abituati a prendere il toro per le corna!

L'indipendenza e la libertà di fare le cose, sono molto più importanti del semplice denaro. Queste figure pensano che nessun altro al di fuori di loro siano in grado fare ciò che fanno: di solito hanno difficoltà a trovare collaboratori, perché ritengono che nessuno sia alla loro altezza o credono che una volta trovati e formati, diventino dei concorrenti!

Quindi un neopromotore Evolution Travel, almeno colui che ha valori propri dell'identità del dipendente, **più sa gestire al meglio la propria insicurezza e sa conviverci, più ha possibilità di successo!**

E' per questo che consigliamo sempre, a chi vuole diventare Promotore Evolution Travel (ma ovviamente vale per qualsiasi altra professione) che la miglior cosa è esserne perfettamente consapevoli e visto che **il nostro modello permette una certa flessibilità lavorativa**, è meglio mantenere (per chi è dipendente)

almeno un part time a stipendio fisso, per conservare quella sicurezza di cui si ha bisogno per svolgere un'attività in cui è determinante la tranquillità, determinazione, entusiasmo, coraggio e intraprendenza!

Molti hanno iniziato in questo modo e col passare del tempo, acquisendo sicurezza di risultati, hanno chiuso definitivamente la posizione dipendente, per diventare Promotori Evolution Travel professionisti full time con successo!

Il modello Evolution Travel offre, quindi, anche questo vantaggio, ossia di passare da un'identità all'altra, anche gradualmente: cosa ben diversa se si dovesse gestire un negozio fisico, in questo caso il passaggio deve essere immediato, con tutti i relativi rischi!

Le altre due figure, imprenditore e investitore, nel nostro Network, rispecchiano la figura del Prg (Promotore di riferimento di gruppo) e del Prp (Promotore di riferimento prodotti), ma ne parlo in un altro articolo, altrimenti questo diventa troppo lungo! :)



Nel frattempo vi consiglio vivamente la lettura di questo libro, "I 4 Quadranti del Cashflow" di Robert Kiyosaki che ben spiega questi meccanismi, anzi direi **assolutamente da leggere** per chiunque voglia fare dei passi in avanti, con la consapevolezza che serve, al fine di ottenere ciò che vuole veramente!

10 Come avere il controllo di ciò che si fa.

Premessa:

Tutti vogliono incrementare il proprio livello economico, ma non tutti vogliono affrontare il cambiamento personale che ciò comporta!!

Chi riesce a vendere? Chi lo VUOLE e ci CREDE!! Se volete, la mia affermazione è di una BANALITA' incredibile! Basta fare degli adwords e contattare il potenziale cliente! Ovviamente **chi non sa farlo lo può imparare**, di corsi di formazione ne

eroghiamo a decine, compreso il “coaching program”, ossia un corso personalizzato via skype con una nostra ragazza del booking che vi affianca per un’ora al giorno a casa vostra via web, per una settimana intera: correggendovi, se serve, sul modo di fare la telefonata, il preventivo, ecc.. (Questo servizio di coaching è svolto anche da alcuni Promotori esperti)

I RISULTATI che ognuno di noi ottiene sono il frutto di ciò che CREDIAMO di poter realmente ottenere, dello stato d’animo in cui ci troviamo in quel dato momento e dei comportamenti che determinano le AZIONI che facciamo!!

Al fine di migliorare i vostri risultati, qualunque essi siano, vale quindi anche per coloro che stanno già guadagnando molto bene (i propri standard si possono sempre alzare) vi suggerisco di adottare lo schema che di seguito vi indico, al fine di essere pienamente consapevoli di quali siano le vostre **aree di miglioramento** e su quali conviene assolutamente concentrarsi!!

ESERCIZIO: Qualsiasi lavoro è composto da circa 5/7 aree di attività critiche che ne determinano in gran parte i risultati.

Siete Promotori e nella vendita, le aree chiave sono 7:

1. ricercare possibili clienti
2. stabilire il corretto approccio, contatto
3. identificare le esigenze, i bisogni (raccolta informazioni)
4. presentare le soluzioni, preventivi
5. rispondere alle obiezioni
6. chiudere la vendita
7. assicurarsi la fedeltà e referenze dai clienti soddisfatti

Riflettendoci bene e in tutta onestà: **datevi un voto da 1 a 10** su ciascuna delle aree chiave sopra indicate! **Per tutte le aree chiave in cui vi darete un punteggio inferiore a 7**, fatevi le domande “Cosa posso fare per migliorare?”; “In che modo posso farlo?”; “Quali sono le risorse alle quali posso attingere?”.

Attenzione: basta avere anche una sola area di queste sotto il 7, per non svolgere un’attività efficace e soddisfacente! Ma niente paura, basta lavorarci in maniera specifica e si migliora!

Essere Promotori vuol dire essere “solo” Venditori? NO!

Siete anche manager di voi stessi e anche in questo caso le **aree chiave** per ave-

re successo sono 7, ma ritengo che, al momento, vi basti averne **sotto controllo 2**, entrambe fondamentali:

1. pianificazione degli obiettivi, azioni
2. Avere un criterio di controllo, ricercare feed back

Riflettendoci bene e in tutta onestà: **datevi un voto da 1 a 10** su ciascuna delle aree chiave sopra indicate! **Per tutte le aree chiave in cui vi darette un punteggio inferiore a 7**, fatevi le domande “Cosa posso fare per migliorare?”; “In che modo posso farlo?”; “Quali sono le risorse alle quali posso attingere?”.

Anche in questo caso, basta avere anche una sola area di queste sotto il 7, per non svolgere un'attività efficace e soddisfacente! Ma niente paura, basta lavorarci in maniera specifica e si migliora! A proposito dell'efficacia di un buon piano d'azione, leggetevi un altro bel post di stefania, clicca qui!

Essere Promotori vuol dire essere “solo” venditori e manager? NO!

Siete anche i capi di voi stessi, avete una partita iva e dovete ogni giorno, inanzitutto, rispondere a voi stessi. In questo caso **per essere un buon leader di se stessi, le aree chiave sono sempre 7 e tutte fondamentali**:

1. senso di responsabilità
2. gestione degli stati d'animo
3. potere decisionale
4. sapere cosa si vuole
5. chiarezza in fatto di valori
6. capacità di creare rapporti positivi
7. fare ciò che è “giusto”

Riflettendoci bene e in tutta onestà: **datevi un voto da 1 a 10** su ciascuna delle aree chiave sopra indicate! **Per tutte le aree chiave in cui vi darette un punteggio inferiore a 7**, fatevi le domande “Cosa posso fare per migliorare?”; “In che modo posso farlo?”; “Quali sono le risorse alle quali posso attingere?”.

Basta avere anche una sola area di queste sotto il 7, per non svolgere un'attività efficace e soddisfacente! Ma niente paura, per migliorare, basta lavorarci in maniera specifica e si migliora!

Alla base di tutte queste aree (16), ci sono le **CREDENZE**, quelle limitanti e quelle potenzianti e **solo lavorando sulle nostre credenze** (convinzioni, certezze), sarà possibile raggiungere l'eccellenza in ciascuna area chiave, raggiungere facilmente gli obiettivi prefissati e lo scopo (il perchè) per cui perseguiamo i nostri obiettivi!!

Fate un elenco delle vostre credenze limitanti e di quelle potenzianti e poi chiedetevi se quelle limitanti **vi sono utili** e se non lo sono, chiedetevi "Come posso cambiarle?"

Essere Promotori Evolution Travel, vuol dire essere, allo stesso tempo, **leader, manager e venditori!**



11 Qual è il tuo gruppo dei pari?

Mi è piaciuta molto una discussione del nostro forum aziendale in cui alcuni Promotori sottolineano **l'importanza di collegarsi in tempo reale coi colleghi** ad inizio giornata lavorativa. In che modo? Beh...per chi svolge la propria attività nel web, gli strumenti a disposizione per farlo sono la chat e il telefono: oggi racchiusi in uno strumento formidabile e per di più gratuito, cioè Skype o Gtalk!

Con questi strumenti hai sott'occhio **una lista di utenti/collegati** che si aggiorna man mano che ognuno si connette o disconnette, quindi sai chi è "al tuo fianco" per poterlo contattare in caso di bisogno, per **richiedere informazioni** o uno scambio di opinioni.

Ogni mattina si collegano online gruppi più o meno grandi di Promotori che si aiutano fra loro, al fine di svolgere al meglio la propria attività! Questa rete di connessioni è una fonte inesauribile di informazioni che fa, molte volte, la differenza fra il riuscire fare o non fare una vendita.

Per gruppi non intendo solo quelli facenti capo a un Prg, ma anche qualsiasi altro che si forma spontaneamente sulla base delle simpatie e competenze o gli stessi gruppi dei Prg che si intrecciano e si allargano online nel Network intero, alla ricerca di competenze turistiche (Prp), marketing o vendita specifiche!

Raccomando, nella scelta dei colleghi, di dare la **precedenza alle competenze**, comprovate dai risultati, piuttosto che alle simpatie, se il fine è sviluppare l'attività con successo! Se poi ci sono entrambe le componenti, MEGLIO! :)

Anzi mi permetto di dare delle dritte per scegliere il proprio gruppo online:

- evita di scegliere solo in base alle simpatie, dai la preferenza alle competenze e ai risultati comprovati.
- evita i "vampiri di energia", cioè colleghi che vedono sempre l'aspetto negativo, si lamentano sempre e si nutrono della tua energia per tirarsi su! Piuttosto scegli colleghi solari e pieni d'entusiasmo: fai attenzione però a non essere tu il "vampiro"! :)
- qual'è il tuo livello in fatto di risultati/vendite? Bene, punta a circondarti di colleghi con standard più alti, questo ti permetterà di crescere!
- cerca sempre di capire bene quali sono i risultati prodotti dai colleghi con i quali sei in contatto: i risultati contano molto di più di mille chiacchiere!
- circondati di persone che abbiano un forte senso di responsabilità e che siano focalizzati sulla soluzione delle sfide e non sui problemi.

Come si fa a capire chi sono? Lo si capisce subito da cosa dicono, da come parlano, dalle domande che si fanno: "Come posso..? In che modo...? Cosa posso fare?. Evita quelli che dicono "...questo non funziona, colpa di quello, colpa di quell'altro, se avessimo questo piuttosto che quello, ecc..."

Alla fine ricordiamoci che **ognuno**, nella vita e nel lavoro, che sia online od offline, appartiene al proprio gruppo dei pari: basta guardarsi intorno un attimo e osservare, ascoltare le persone in un bar, allo stadio, per strada, ad una festa, al lavoro, ecc.. Cosa si può notare? Che sono molto simili, nel bene e nel male!

Allora la domanda che ti faccio e che mi faccio è: qual'è il nostro gruppo dei pari? Qual'è il gruppo al quale oggi apparteniamo? Quali sono i valori e le credenze del gruppo? Esiste un gruppo con standard diversi al quale vorremmo appartenere? Nel nostro gruppo siamo quelli che seguono, influenzano, guidano?

Ti voglio lasciare con una frase molto bella di un mio amico:

"Non abbassare mai i tuoi standard per compiacere agli altri! Visto che non puoi piacere a tutti, vivi la vita che desideri, così almeno piacereai a te stesso!"

Scegli bene il tuo gruppo dei pari! :)

12 Quanto conta l'ambiente in cui telelavori?

Moltissimo direi e, riferendomi in particolare all'attività di Promotore Evolution Travel, diventa di fondamentale importanza applicare alcune semplici regole:

1. **Trova un posto** all'interno della tua casa che dia un senso di tranquillità, sicurezza, concentrazione e allestiscilo come una vera e propria agenzia di viaggi! Lo scopo non è convincere i potenziali clienti, che tanto non ti vedono a meno che non si usi la webcam (cosa consigliata e allora ti crei uno "sfondo" ad hoc), ma piuttosto di **convincere te stesso** che stai lavorando fisicamente in una vera e propria agenzia di viaggi cioè nella sede Evolution Travel, piuttosto che da casa! **Questo aiuta a focalizzarsi bene sull'attività!**

2. Quando ti alzi la mattina, **preparati, vestiti come se dovessi andare realmente in agenzia**. Esci da casa, fai un giro dell'isolato o una passeggiata di 10 minuti, torna a casa, vai dritto nel tuo ambiente lavorativo e comincia a lavorare senza indugi!

3. **Stabilisci in anticipo** quanto tempo vuoi dedicare alla sessione di lavoro, la durata delle pause e quando le vuoi fare! Rispetta gli orari! **Più riesci ad essere autodisciplinato e più risultati otterrai!**

4. **Apri tutti i collegamenti** con la sede, i colleghi del network, tramite la chat, skype, forum e tutti gli altri strumenti che ti permettono di avere al tuo fianco, anche se virtualmente, decine di persone che svolgono la tua stessa attività e che rappresentano una fonte inesauribile di informazioni, utili allo svolgimento corretto e professionale della tua attività! **Arriverai al punto di non notare la distanza fisica, sembrerà di essere tutti nella tua stanza!**

5. **Elimina dall'ambiente di lavoro** qualsiasi elemento di disturbo e assicurati di isolarti dal resto della casa!

6. **Circondati di elementi positivi** per la tua attività, come ad esempio poster di



viaggi, cataloghi, riviste del settore, immagini di vacanze e viaggi, souvenir di luoghi visitati, ecc...!

7. **L'ambiente è formato anche da persone**, quindi circondati di colleghi propositivi e positivi, di colleghi che hanno risultati concreti!

Evita come la peste i vampiri di energia, cioè quelli che si lamentano di tutto e di tutti! Segui il tuo gruppo dei pari! Fra queste persone ci sono anche i familiari e, se ti assecondano, rappresentano una forte energia propulsiva. Se, invece, anche solo uno dei tuoi familiari è contrario alla tua attività, sarà un enorme ostacolo emotivo al raggiungimento dei tuoi obiettivi; è bene essere consapevoli di questo!

Uno dei segreti per avere successo, lavorando da casa, è quello di riuscire ad essere autodisciplinati ed acquisire delle nuove abitudini legate alla propria attività!

Occhio però, perchè cambiare abitudini è una delle cose più difficili da fare se non si è consapevoli che molte delle nostre attività quotidiane sono abitudinarie e profondamente radicate negli anni, a tal punto da essere diventate automatiche!

Quindi, **affrontare una nuova attività significa anche cambiare le proprie** abitudini e queste sono strettamente legate ai nostri risultati! Più precisamente le abitudini generano i comportamenti che a loro volta generano le azioni, le quali determinano i risultati che otteniamo!

Quali sono le abitudini, legate all'attività, che consideri improduttive e quali sono, invece, quelle vincenti?

Cosa puoi fare per mantenere e sviluppare ancora di più le abitudini vincenti?

Contattami, scrivimi le tue impressioni e fammi le domande che desideri, sarò un piacere risponderti, a presto!

Luca Baldisserotto - www.lucabaldisserotto.com



luca.baldisserotto@evolutiontravel.it



[luca.baldisserotto](https://www.facebook.com/luca.baldisserotto)



[baldisserottol](https://twitter.com/baldisserottol)



www.linkedin.com/pub/luca-baldisserotto/1b/8ba/969/it