



Profilo e catena del valore aziendali

Realizzato per AssoLowcost

Luglio 2009



Databank S.p.A. - Corso Italia, 8 - 20122 Milano - Italia
Telefono (02) 721071 - Telefax (02) 72107333

Alpitour Jeans, le vacanze web AlpitourWorld



 **ALPITOUR
WORLD.com** vuol dire:

- La qualità del 1° gruppo turistico italiano
- La sicurezza certificata

Un **Tour Operator virtuale** che grazie ad un modello di business innovativo e moderne tecnologie proprietarie, riesce a contenere i costi e ad offrire ai proprio clienti prodotti di qualità, affidabili e a prezzi molto vantaggiosi: **vacanze per tutte le tasche** e per ogni occasione, facili da trovare, comode da prenotare ...

... “come un paio di **jeans**”

Alpitour Jeans opera esclusivamente attraverso canali diretti, internet e call center, eliminando i costi operativi, semplificando i processi di acquisto e di vendita e di assistenza.



Il risparmio viene proposto come un valore, un nuovo stile di vita

Il target sono i consumatori consapevoli, che sanno riconoscere il valore delle cose, non rinunciano al diritto di soddisfare i loro bisogni di viaggio e vacanza e vogliono scegliere sempre il meglio.

I fattori di successo di Alpitour Jeans (1/2)

- **Prodotto**, il **viaggio** è completamente **organizzato**, comprensivo di passaggio aereo a/r, trasferimenti, assistenza e sistemazione alberghiera.
- **Prezzo competitivo**, grazie al modello di business innovativo. Ulteriori vantaggi sono ottenibili in funzione di quanto prima si prenota grazie al “prezzo dinamico” che viene modulato in funzione del coefficiente di occupazione dei voli. I prezzi sono trasparenti già al primo risultato di ricerca, sono complessivi e per tutti i partecipanti. Nessun adeguamento dopo l’acquisto.
- **Qualità, sicurezza e affidabilità**, che Alpitour da oltre 60 anni leader italiano delle vacanze, garantisce ai propri clienti nella selezione delle strutture alberghiere, nella scelta dei fornitori di servizi, dei vettori aerei con il monitoraggio 24 ore su 24 dei propri voli. L’assistenza viene fornita in aeroporto e nei luoghi di vacanza, a questa si aggiunge il supporto del servizio AlpitourWorld Amico che permette di restare in contatto con il tour operator prima, durante e dopo la vacanza.
- **Esperienza d’acquisto**, positiva grazie al risparmio di tempo, alla comodità di comprare in libertà e con facilità su internet o via call center, con un risparmio per l’ambiente, grazie all’assenza di cataloghi e documenti cartacei.

Performances competitive di Alpitour Jeans

- Investimento di oltre 2 milioni di euro nel nuovo progetto tecnologico
- Il Gruppo, stabilmente posizionato fra i top ten dei principali operatori turistici europei grazie a partnership di profilo internazionale, ha raggiunto nel 2008 i 2,4 milioni di clienti nel mondo e realizzato un fatturato di 1,2 miliardi di euro
- Oltre 350 mila combinazioni di viaggio (estate 2009)
- 4200 decolli dal 1° maggio al 31 ottobre 2009
- Obiettivo del Gruppo di raggiungere i 100.000 passeggeri nei prossimi 3 anni
- Voli speciali diretti in partenza da 18 aeroporti italiani per 24 destinazioni nel mondo (estate 2009)
- Visitatori unici pari a 1.025.000 media mese (1 aprile 09/ 30 giugno 09) e pagine viste pari a 8.847.000 media mese (1 aprile 09 /30 giugno 09)
- Customer Satisfaction elevata e con rilevazione continua

La mappa del posizionamento competitivo di Alpitour Jeans

