

IN LIBRERIA

STEFANO LOMBARDINI
Nuove tecniche di vendita delle vacanze: il Club-Marketing

FrancoAngeli edizioni
Collana Scienze e professioni del turismo - Textbooks
 160 pagine
 18 euro

Il club-marketing è una tecnica di vendita alberghiera in grado di battere la concorrenza e i benchmark di mercato, nonché di sovraperformare i tassi di occupazione e i ricavi camera. Essa si basa sulla costituzione di club di prodotto: società veicolo che rappresentano la frontiera più attuale nell'uti-



lizzo di strumenti di marketing per affrontare il complesso andamento del mercato. È questa la convinzione di fondo dell'autore, che, osservando esperienze di collaborazione reale e fattiva tra i pionieri del settore, ha individuato i criteri per la diffusione ulteriore di tali veicoli tra gli operatori.

Questo manuale dedicato ai club di prodotto rappresenta perciò uno strumento per sostenere le esperienze imprenditoriali più dinamiche, raccogliendo e presentando informazioni sui criteri seguiti da queste imprese nelle loro attività consortili. L'obiettivo è quello di indicare le modalità per avviare nuovi

L'autore

Stefano Lombardini si occupa da sempre di ricerche di mercato nel settore del largo consumo e dal 2000 collabora con la società Teamwork di Rimini. Ha iniziato la sua carriera lavorando per il Censis, per poi svolgere per circa dieci anni indagini statistiche presso l'Osservatorio turistico della regione Emilia-Romagna. È stato inoltre docente di marketing in alcuni master del turismo delle università di Bologna e Rimini. Per i tipi di FrancoAngeli ha pubblicato anche «Innovare alberghi e agriturismi con il centro benessere».

club di prodotto, facendo conoscere i vantaggi che si possono ottenere adottando queste soluzioni, sia per quanto riguarda la presentazione più moderna del prodotto turistico, sia per impostare azioni commerciali in grado di avere maggiore visibilità e forza per penetrare sui mercati sempre più competitivi della domanda.

Il libro, infine, è anche stru-

mento di lavoro per i club esistenti, laddove questi mostrino necessità di confrontarsi con altri e nuovi criteri organizzativi da seguire per il loro sviluppo. Al suo interno sono così specificati i lineamenti delle attività che sempre di più in futuro andranno a consolidare l'esperienza di questi club nel campo del marketing, del management e della vendita.

