

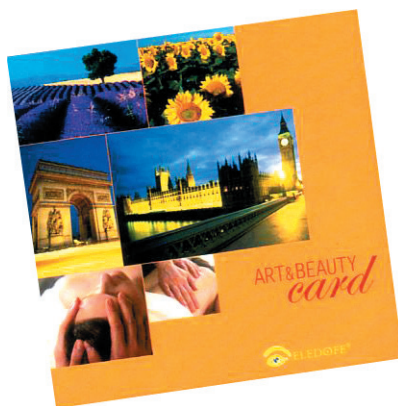
## Copertina Eledofe



La società trevigiana ha messo a punto la Stand-by Card, che consente vacanze per due al prezzo di uno, e una serie di altre card speciali: tutte consentono alle aziende di proporre operazioni promozionali originali e ai beneficiari delle card di godere di varie opzioni di viaggi e soggiorni a prezzi supereconomici

# Benvenuti all'outlet di viaggi e vacanze

I tour operator hanno la possibilità di riempire velocemente i "vuoti" fisiologici di domanda, mettendo a disposizione alcuni tra i loro voli e le loro strutture dove c'è un maggior numero di posti disponibili a ridosso delle date di partenza (da 5 a 10 giorni prima); le aziende, soprattutto quelle di grandi dimensioni, hanno l'opportunità di proporre operazioni promozionali originali, legate al tema sempre attuale dei viaggi vacanza; il consumatore che desidera viaggiare e visitare belle località soggiornando in ottime strutture ha la possibilità di farlo spendendo poco (la metà, per l'esattezza) e potendo verificare, voce per voce di spesa, l'effettiva applicazione dello sconto promesso. Tutto questo grazie a Stand-by Card, lo strumento promozionale ideato da Eledofe, la società nata nel 1999 dall'esperienza maturata in molti anni dai suoi soci fondatori nel settore delle promozioni. Sembra l'Uovo di Colombo, ma l'idea di Eledofe si fonda su



una serie di presupposti che ne garantiscono il valore e la credibilità: i partner tour operator sono quelli leader sul mercato nazionale e internazionale, ed Eledofe intrattiene con la maggior parte di essi e delle strutture alberghiere e compagnie di navigazione rapporti di esclusiva nella gestione dei viaggi offerti in "2 x 1". "La nostra card - spiega Marina Pere, presidente di Eledofe - non solo offre l'opportunità di risparmiare il 50% nelle più rinomate località d'Italia e del mondo, ma garantisce l'unicità e la trasparenza dell'offerta che mette a disposizione del cliente. Infatti, se la stessa offerta di vacanza ottenibile con una card speciale, grazie a un certo comportamento d'acquisto o all'adesione a una certa promozione, fosse normalmente reperibile dal cliente attraverso altri canali distributivi (agenzie di viaggio, internet ecc.), la card non sarebbe più uno strumento promozionale che dà accesso a viaggi con prezzi in esclusiva e si violerebbero diritti elemen-



tari dei consumatori”.

E le cifre fanno capire che Eledofe ha visto giusto. Nel corso dell'esercizio 2007/08 sono state infatti distribuite circa 500.000 card, destinate a operazioni promozionali (50% rivolte al consumo e 50% al trade o ai dealer), che hanno permesso a migliaia di persone di utilizzare i viaggi (con un incremento

del 15% rispetto all'esercizio precedente e del 25% rispetto al 2005/06). I contatti web sono stati 2,1 milioni e quelli tramite call center oltre i 150.000. Tra le aziende che hanno utilizzato (o stanno utilizzando) la Stand-by Card nell'ambito delle loro promozioni ci sono nomi come De'Longhi, Deutsche Bank, Monte Paschi Siena, Robert Bosch, Colgate, Grundig, Lavazza, Lg, L'Oréal Redken, Mars, Sony Ericsson, 3M, Serravalle Outlet, Coty (brand Ck one e Ck be), Ratiopharm.

### Altre card speciali per viaggiare

Oltre a Stand-by Card, Eledofe ha messo a punto altri strumenti promozionali per rispondere a richieste sempre più specifiche manifestate dalle aziende committenti. Strumenti che s'ispirano sempre al concetto di "outlet dei viaggi" che caratterizza la società trevigiana. L'Holiday Pass Number è una card attraverso la quale prima si prenota e maggiori sono i vantaggi economici per il possessore (dal 15 al 45% a persona in meno rispetto al prezzo del viaggio da catalogo); è utilizzabile più volte nell'arco dell'anno e consente di viaggiare da soli o in gruppo (fino a un massimo di 6 persone, titolare della card compreso). Art & Beauty Card è una card speciale che consente soggiorni "2 x 1" in formula Stand-by (e con Holiday Pass Number con sconti dal 15 al 45%) presso centri benessere e città d'arte in Italia e in Europa, ed è anch'essa utilizzabile più volte durante l'anno. Vip Card consente di diventare membri di uno specialissimo club di viaggiatori e ottenere numerosi privilegi: innanzitutto di poter fare 3 viaggi (uno in "2 x 1", uno molto scontato in compa-

## LA SCHEDA

**Sede** Treviso

**Anno di fondazione** 1999

**Fatturato 2007** 8 mio di euro  
(giro d' affari 14 mio di euro)

**Card emesse nel 2007/08**  
oltre 500.000

**Alcuni tra i principali clienti**

De'Longhi, Deutsche Bank, Monte Paschi Siena, Robert Bosch, Colgate, Grundig, Lavazza, Lg, L'Oréal Redken, Mars, Sony Ericsson, 3M, Serravalle Outlet, Coty, Ratiopharm

gnia di tutte le persone che si desidera e uno a tema wellness sempre a condizioni speciali), poi di avere a disposizione un numero speciale per mettersi in comunicazione con Eledofe senza attese al call center, di poter partire (nei limiti delle disponibilità) con priorità rispetto a tutti gli altri, di ricevere una newsletter con tutte le infor-

mazioni su quanto Eledofe organizza per rendere più gradevoli e meno costosi possibile i viaggi Vip. La Stand-by Card Cherry è una card plastica e personalizzata che consente di usufruire delle agevolazioni previste dal programma vacanze 2 x 1 per 3 volte e di accedere anche a tutte le offerte Holiday Pass Number e Art & Beauty pubblicate sul sito [www.eledofe.it](http://www.eledofe.it); inoltre, la Card Cherry concede la facoltà di cedere due dei tre viaggi a coppie di persone che potranno prenotare con lo stesso codice, dà accesso a un numero dedicato al call center, al quale è tra l'altro possibile indicare, 15 giorni prima della partenza, le mete preferite. Infine, la Stand-by Card "Plus", che ai dealer, agenti, collaboratori che ne sono stati omaggiati offre, oltre ai vantaggi della card Cherry, anche l'opportunità di accumulare punti legati agli obiettivi aziendali e di scegliere il loro viaggio in base al punteggio accumulato.

"Alcune volte - dice la Pere - il cliente sa già che tipo di promozione vuole realizzare e il target che vuole coinvolgere. Altre volte siamo noi a suggerire lo strumento o gli strumenti più adatti e il meccanismo promozionale che meglio li combina, sempre in perfetta coerenza con la filosofia del viaggio offerto a condizioni eccezionalmente vantaggiose. Un esempio è quello di De'Longhi, che nel 2006-07 ha utilizzato più card per la campagna integrata che coinvolgeva agenti, dealer e consumatori: la Stand-by Card per il consumatore finale (la card era on pack con i prodotti in promozione nei vari punti di vendita coinvolti), la Stand-by Card Cherry per alcuni dealer e la Stand-by Card Plus per gli agenti e i principali dealer. **Andrea Demodena**