

b2g, i nuovi passi del progetto

A Pollina **Valtur** aveva detto che sarebbe tornata a parlare del b2g a febbraio, per la presentazione effettiva del progetto che, come si ricorderà, si propone di fare business insieme con le adv (questo il significato della sigla). E così è stato. A febbraio il b2g è stato di nuovo sotto i riflettori della scena turistica. Il passo successivo rispetto ad allora è adesso quello di *"fare formazione sul territorio"* asserisce l'**a.d. Maria Concetta Patti**, con un nucleo Valtur preposto *"per formare le adv e spiegare il progetto"*. Dopo la fase di conoscenza del cliente viene quella operativa con il b2g, in cui le informazioni raccolte devono tradursi in azioni concrete da portare avanti con la distribuzione. Il portale web, www.b2gvaltur.it, è lo strumento che Valtur mette a disposizione dei network partner nell'operazione e delle adv, perché possano agire sul mercato e fare una serie di attività a carattere commerciale e di marketing mirate, dagli auguri per il compleanno all'invio di newsletter o di sms con offerte, alla presentazione in anticipo del catalogo, solo per fare alcuni esempi, il tutto a doppio logo, con il nome di Valtur, del network o dell'adv in questione che ha sposato il progetto. Non solo, all'interno del portale c'è anche un'area myb2g.com riservata alle adv *"in cui possono gestire l'anagrafica dei propri clienti, farsi una propria banca dati più mirata e scegliere se mandare una newsletter con il proprio logo o se realizzare assieme a Valtur l'operazione - spiegano **Damiano Malerba, direttore Wsc** e **Olivia Tarulli, direzione sistemi informativi Valtur** - In questo modo hanno un modello organizzativo a loro disposizione"*, che può aiutarle nella classificazione della loro clientela. **S.V.**