

# ParkinGo, 10 anni di crescita e sviluppo

The screenshot shows the ParkinGo website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'Home', 'Azienda', 'Come raggiungere', 'Clienti & Partners', 'Opportunità di lavoro', 'Area Media', 'Contatti', and 'FAQ'. Below this, there are sections for 'Info utili al viaggiatore', 'Invia la tua opinione', 'Franchising', and 'ALTRI SERVIZI' which includes 'VIP Assistance' and 'BestWrappers.com'. A central 'PRENOTA ON LINE' section offers options for 'TARIFFE', 'VANTAGGI', and 'SICUREZZA'. A 'NEWS II' section features an article titled 'ParkinGO cresce!!' with a sub-headline 'Il prossimo gennaio 2006, a circa 2 km. dall'aeroporto di Casale, verrà inaugurato il nuovissimo ParkinGO Torino Via Alle Fabbriche n. 85 10072 Caselle Torinese (TO)'. A small text box above the article asks 'Sei un agente di viaggio? Richiedi la tua Travel Agent Card!'. The footer contains the text 'Per saperne di più, scrivete a info@parkingo.com'.

do convincimento: dare una risposta ai bisogni disattesi di migliaia di passeggeri che avevano (e hanno) la necessità di transitare negli aeroporti. L'idea è stata quella di realizzare un servizio di parcheggio, che andasse oltre la semplice sosta dell'auto senza costare al passeggero una cifra esorbitante. E' così che nasce ParkinGO, il 1° network di parcheggi aeroportuali. A ParkinGO si sono presto aggiunti altri servizi per i passeggeri che vanno sotto il marchio di Vip Assistance: l'assistenza ai passeggeri e l'autonoleggio con conducente, ma anche la protezione e l'avvolgimento bagagli Best Wrappers all'interno dei ParkinGO. Nonostante il settore del turismo abbia sofferto momenti difficili e sia diventato sempre più competitivo in questi ultimi 5 anni, quest'anno Oasi prevede di chiudere il bilancio con un fatturato di 4 milioni di euro, mantenendo il trend di crescita a due cifre degli ultimi 3 anni. L'obiettivo, naturalmente, rimane quello di consolidare la propria leadership nel settore dei servizi, ma la prospettiva di Oasi è soprattutto quella di offrire sempre maggiori servizi alle aziende clienti».

**Quali sono i punti qualificanti della vostra offerta e su che novità lavorerete prossimamente?**

«Qualsiasi operatore del turismo che collabori con noi sa di poter delegare ad un unico interlocutore tutti i servizi ai passeggeri che hanno la necessità di transitare negli aeroporti e nei porti. Essere l'unico interlocutore ci permette un controllo diretto a 360° di tutte le operazioni, senza dover demandare a terze parti servizi così importanti. Le novità sulle quali stiamo lavorando sono principalmente due. La prima riguarda l'ampliamento del network ParkinGO con l'apertura di due nuove strutture: il ParkinGO Torino e il ParkinGO Bergamo, che verranno inaugurati entro i primi mesi del 2006. Ma oltre a ciò, la novità assoluta riguarda un programma di fidelizzazione dedicato agli agenti di viaggio che collaborano con noi; questi ultimi, infatti

potranno richiedere la Travel Agent Card su [www.parkingo.com](http://www.parkingo.com) e, una volta autorizzati dalla direzione di Oasi potranno godere di particolari sconti e di tariffe convenzionate per i propri passeggeri».

**Che tipo di rapporto si è instaurato col mondo delle agenzie di viaggio?**

«Collaboriamo fattivamente con circa 2 mila agenzie di viaggio in tutta Italia e con una decina di agenzie estere: la partnership con le agenzie è per noi indispensabile poiché ci permette di monitorare costantemente le esigenze dei passeggeri e alle agenzie consente di offrire maggiori servizi ai propri clienti».

**Qual è l'identikit del vostro cliente medio?**

«Difficile dare un unico profilo del nostro cliente medio, anche perché varia a seconda del servizio erogato. Ad esempio, per i servizi ParkinGO il 65% della nostra clientela viaggia per leisure, particolarmente durante i weekend (anche lunghi), le festività e i periodi di alta stagione (luglio, agosto e dal 17/12 al 8/01) mentre il restante 35% si sposta per motivi di business, utilizzando soprattutto i giorni feriali per la sosta della propria auto. In entrambe le tipologie di clienti riscontriamo, soprattutto in questi ultimi anni, passeggeri sempre più esigenti che richiedono servizi davvero creati da e per le persone, mantenendo un'attenzione ai costi».

**Su quali problematiche dovrete ancora lavorare?**

«Stiamo investendo da un anno in un gestionale che integri tutti i reparti dell'azienda e delle sue sedi in un unico database, permettendoci di ottimizzare al meglio le nostre risorse, di dialogare in maniera più efficace con i nostri clienti e partners e infine di profilare in modo più preciso gli utenti finali che transitano nei ParkinGO. Trattandosi di un prodotto realizzato su misura, il rilascio e il test dei vari moduli del gestionale è stato un lavoro lungo che ci permetterà di essere completamente operativi entro i primi mesi del 2006».

di ALBERTO CASPANI

**MILANO** – Dieci candeline per ParkinGo. La società di autoparcheggio gestita da Giuliano Rovelli festeggia il suo anniversario, mettendo in cantiere proposte sempre più innovative: ampliamento delle sedi di network e programma di fidelizzazione della clientele.

Ad illustrare le nuove linee programmatiche dell'azienda scende in campo Laura Deiana, marketing manager.

**Qual è stato il trend commerciale della vostra attività dagli inizi ad oggi? Cosa si è modificato nel mercato e che prospettive di sviluppo intravedete?**

«Quest'anno Oasi Handling ha festeggiato i suoi primi 10 anni di attività. Giuliano Rovelli, amministratore delegato di Oasi, è partito da zero, ma animato da un profon-