

Su Bluvacanze.it arriva la gift card digital e si spendono i voucher promo

Esclusività e promozioni arricchiscono l'esperienza di acquisto nei punti vendita del Gruppo Bluvacanze. Il dialogo online to offline prosegue e diventa fidelizzazione

Milano, 5 Febbraio 2024

Nuovi servizi arricchiscono l'esperienza di acquisto dei punti vendita Bluvacanze e Vivere&Viaggiare.

Da marzo i viaggiatori che accedono a Bluvacanze.it possono acquistare una gift card digitale e utilizzare vantaggiosi voucher promozionali. Diventata a tutti gli effetti una piattaforma e-commerce, il sito web è stato organizzato in aree tematiche tra viaggi romantici, city break, avventura, natura, spiaggia, Ponti e festività. Ecco che le destinazioni delle esclusive idee di viaggio per San Valentino appena pubblicate sono Marrakech, Parigi, Watamu (Kenya) e Capo Verde e con quote da 470 euro per 3 notti a 1999 euro per 7 notti, sempre voli inclusi.

Con l'introduzione della "carta-regalo" digital senza soglie di valore si può acquistare un viaggio o una porzione di esso in ogni occasione di festa: un'opportunità aggiuntiva che non poteva mancare nella vetrina online delle insegne retail del Gruppo Bluvacanze.

Inoltre, ogni acquisto concorre a realizzare il programma di fidelizzazione dei viaggiatori Blu&cluB, che contemporaneamente è un'APP di dialogo con le agenzie di viaggio ma anche un programma di fidelizzazione. E nel primo anno di lancio, gli iscritti si vedono prorogare il saldo-punti del 2023 nel 2024, premiandone così la fiducia.

Lanciata nell'aprile scorso come elemento cardine del percorso di digitalizzazione che il Gruppo Bluvacanze sta portando avanti nella divisione della distribuzione (ma non solo), l'applicazione è un touch point digitale a portata di smartphone che puntualmente contatta i member con esperienze di vacanza esclusive e sconti a loro riservati. Questo dinamico *customer journey* coinvolge attivamente i punti vendita, permettendogli di individuare una nuova domanda.

Contatti Stampa:

Paola Baldacci

Corporate Communication Manager

Ufficio Stampa Bluvacanze

Direzione Marketing Gruppo Bluvacanze

T. 02-881261 - mobile 335 7303450

paola.baldacci@bluvacanze.it

ufficiostampa@bluvacanze.it

Gruppo Bluvacanze

Di proprietà di MSC Cruises, il Gruppo opera industrialmente nel settore turistico con tre diverse *legal entities*: Bluvacanze dedicata alla distribuzione turistica, Going al Tour Operating e Cisalpina Tours al Business Travel ed al MICE (Meeting Incentive Congress Event). In particolare, Bluvacanze è di fatto la più grande agenzia di viaggi d'Italia con circa 300 punti vendita di proprietà, cui si aggiungono altre 600 agenzie indipendenti affiliate al suo polo distributivo Blunet. Il tour operator Going è specializzato nei viaggi personalizzati e su misura, con 40 destinazioni in programma, ma presenta 4 ulteriori divisioni operative, quali GOING4You che è una piattaforma digitale B2B per il dynamic packaging, Going Resort per le vacanze in strutture dedicate ed esclusive per il mercato italiano, Going4Cruises per le estensioni di soggiorno abbinata in pre/post alle crociere negli home port internazionali più importanti di MSC Cruises, Going2Italy per il nuovissimo programma incoming e la commercializzazione all'estero delle migliori esperienze turistiche in Italia a target luxury. Cisalpina Tours, infine, è la TMC del gruppo (travel management company) che organizza e gestisce i viaggi d'affari di 800 aziende clienti, sia nazionali che internazionali, per circa 2 milioni di transazioni all'anno. Oltre al business travel, Cisalpina è dedicata all'organizzazione e alla gestione di eventi aziendali, viaggi di incentivazione, programmi congressuali e possiede al suo interno un'agenzia di live communication che si chiama Out of the Blu. Il Gruppo ha sede a Milano e possiede altre 4 branch a Torino, Roma, Padova e Napoli. È presente con uffici a New York, in Turchia, a Cipro, in Brasile e ad Amburgo con un programma di ulteriori aperture in Europa (Madrid, Parigi, Londra, Ginevra) e in Sudafrica.