# Il Gruppo Bluvacanze lancia nuove attività CRM a sostegno delle proprie agenzie

Con quattro campagne, prendono il via le nuova attività di CRM del Gruppo Bluvacanze, sviluppate per aumentare le occasioni di contatto e di acquisto presso le agenzie di viaggio Bluvacanze e Vivere&Viaggiare. Si tratta di iniziative rivolte direttamente al cliente finale che, in precise occasioni dell'anno, viene raggiunto automaticamente da una email con informazioni, contenuti e promozioni. Dice Alessandro Seghi, direttore marketing e web del Gruppo Bluvacanze: "Abbiamo migliorato la nostra piattaforma per la gestione dei clienti acquisiti attivando, per tutte le nostre agenzie in maniera automatica, quotidiana e gratuita, le prime campagne CRM trigger finalizzate ad aumentare le occasioni di contatto e di acquisto presso la nostra rete distributiva".

La campagna CRM "Buon Viaggio" è dedicata a coloro che hanno appena effettuato una prenotazione presso un'agenzia del network: in attesa della partenza, il cliente riceve informazioni pratiche sulla destinazione scelta e una serie link utili a preparare e pianificare al meglio il viaggio. Il messaggio contiene anche proposte e promozioni di prodotti legati al mondo delle vacanze, nonché per il parcheggio o le assicurazioni integrative. Al rientro, un messaggio di "Bentornato" invita il cliente a compilare un questionario di gradimento della vacanza.

Un'altra campagna CRM è "Buon Compleanno", che raggiunge i clienti nel giorno del loro compleanno con una email di auguri personalizzata, a nome dell'agenzia, e corredata da una speciale promozione o vantaggio economico sulla prossima prenotazione.

La campagna del "Patrono", infine, viene inviata in tempo utile per ricordare al cliente (in base alla località di residenza) l'arrivo di un ponte festivo e, dunque, l'occasione perfetta per regalarsi una vacanza o un week-end tra quelli suggeriti. Nel messaggio sono riportati, in evidenza, i riferimenti dell'agenzia.