La strategia di Easy Market: espansione internazionale e rafforzamento del brand sul mercato italiano

Easy Market, società italiana specializzata in tecnologia distributiva per le agenzie viaggi, ha puntato molto sul 2016 per realizzare il proprio progetto di espansione basato principalmente sulla diffusione di **REvolution**, piattaforma professionale per la commercializzazione di servizi turistici.
Per questo l'investimento è stato da una parte in branding con l'accostamento del brand a un evento come la **Revolution Run**, corsa che si tiene in contemporanea al TTG Incontri di Rimini, ritrovo autunnale degli operatori del settore. Dall'altra si è puntato sul rafforzamento della squadra commerciale che è stata ampliata e dotata di auto ibride brandizzate Easymarket per garantire assistenza, know how costanti e cementare il rapporto con le agenzie di viaggio.
La crescita sul mercato italiano è stata anche tecnologica con il miglioramento della piattaforma con nuove funzioni: ne è un esempio l'**Easy Box**: un vero e proprio "Box virtuale" che offre la possibilità di selezionare i servizi turistici di cui il cliente necessita, confrontare le tariffe e valutare le proposte più adatte alle singole esigenze.
Contemporaneamente la società ha portato avanti il **processo di internazionalizzazione** nell'Europa dell'est avviato nel 2014 rinforzando il sales team in Romania, Albania e Serbia, nonché intensificando la propria attività attraverso workshop e fiere di settore. Easymarket ha anche proceduto all'avvio del proprio business in Slovenia e Croazia e si è affacciata, con un'importante prospettiva di crescere futura, in nuovi altri nuovi paesi, come Bulgaria e Ungheria.