Trenitalia, nuovi servizi digitali e partnership con Musement

Da Trenitalia nuovi servizi digitali per migliorare la customer experience. Acquisto del biglietto con addebito sul proprio conto online, informazioni push via mail sul treno scelto, e un accordo con **Musement** per arricchire il proprio viaggio con visite ai musei, sono le iniziative con cui Trenitalia migliora ulteriormente la propria offerta digitale.

Con oltre 8,5 milioni di accessi al mese anche a febbraio trenitalia.com si conferma il sito Travel più visitato in Italia. E sul sito web della società di trasporto del Gruppo FS italiane ora è possibile acquistare il biglietto del treno anche attraverso un semplice bonifico online, utilizzando la modalità di pagamento facile e veloce di MyBank messa a disposizione, per il sito trenitalia.com, da UniCredit. Il sistema, con la massima sicurezza e comodità, permette quindi di utilizzare il servizio di online banking della propria banca per completare un acquisto. Ovviamente la possibilità di comprare il titolo di viaggio attraverso bonifico, valida sia per treni nazionali e regionali, si affianca alle altre modalità di pagamento già presenti su trenitalia.com.

Tra le altre novità finalizzate al miglioramento della customer experience i clienti che acquistano un biglietto su Trenitalia.com ora possono ricevere nella propria casella di posta elettronica informazioni push sull’andamento del treno scelto, o un promemoria di viaggio. Il servizio al momento è valido per chi si sposta in Frecciarossa o Frecciargento, ma presto verrà esteso anche ad altre categorie di treni. Sempre per coloro che acquistano il biglietto su trenitalia.com un accordo con Musement consente di scegliere sulla piattaforma online musement.com i tour, le visite ai musei, le attrazioni turistiche, la partecipazione a eventi, o le visite guidate alle città e ai dintorni delle zone visitate.