Sardinia 360: 2017 a +60%. A Bit 2018 con la nuova interfaccia web per le agenzie

La Sardegna di **Sardinia 360** nel 2017, a soli 5 anni dalla fondazione, ha registrato un incremento delle prenotazioni del 60%, rispetto al pari periodo del 2016, e il trend, all'apertura vendite del 2018, sta già segnando ulteriori e significativi segnali positivi.
L'incremento è dovuto soprattutto al rafforzamento della rete vendite che copre in modo capillare tutta la penisola e che è riuscita a rafforzare la presenza del brand sui mercati tradizionali e alla crescita su nuovi mercati sorgente all' estero.
"Nel 2018 abbiamo integrato la nostra mission: riuscire a vendere tutta la Sardegna in tutto il mondo. L'obiettivo è ambizioso e richiede molto impegno perché ogni mercato ha la sua sensibilità e le sue esigenze. La cosa che più ci affascina è che al ritorno da ogni viaggio, prodotto e marketing devono svolgere una nuova narrazione, configurare nuovi prodotti e servizi, innovare il proprio modo di proporsi. Questo dinamismo è necessario e ci rende unici nella capacità di offerta della nostra destinazione e migliora, innovandolo e completandolo anche il nostro modo di essere presenti sul mercato domestico. Ad oggi il traffico internazionale rappresenta circa il 30% del fatturato complessivo di Sardinia 360 e il nostro obiettivo è quello di triplicare in 3 anni il valore della produzione generato dal mercato estero. Abbiamo cominciato dalla Russia e da tutti i paesi ex CSI, ma ora siamo ormai presenti in tutta Europa, con una nuova serie di relazioni che stanno già portando ottimi risultati."- Dichiara **Marco Bongiovanni**, Amministratore Delegato di Baja Hotel Travel Management Srl, società che possiede il tour operator Sardinia360 e la catena alberghiera Baja Hotels".
Sardinia 360 cresce e si evolve, implementando nuovi prodotti da scoprire sfogliando le 116 pagine del nuovo catalogo, cartaceo e digitale già scaricabile direttamente da www.sardinia360.it. Le sue linee sono eleganti e pulite e la grafica è impattante per dare più spazio al sogno di una vacanza da raccontare attraverso i colori.
"Il nostro terzo catalogo stravolge completamente l'immagine aziendale. Un layout prestigioso per valorizzare gli alberghi proposti. Perseguendo inoltre la nuova mission aziendale volta a promuovere la Sardegna in tutto il mondo, non ci siamo limitati ai soli prodotti ma abbiamo dato spazio alle esperienze dal taglio culturale, eno-gastronomico, sportivo, avventuroso, romantico e molto altro per vivere la Sardegna in tutte le sue peculiarità e tutto l'anno, grazie al suo clima mite, e ai collegamenti

aerei frequenti da tutta Europa, anche con voli low cost". – Prosegue Bongiovanni.
Sardinia 360, entro febbraio, presenterà inoltre con una nuova interfaccia web che semplificherà le procedure di booking consentendo alle agenzie di preventivare online i soggiorni fino alla prenotazione. La società, insieme alla capofila Baja Hotels, sarà a BIT 2018 –Pad. 3 stand C105 C111 G102 G94