Top Cruises (e CrocierePro) vanno in... roadshow

Un roadshow in 20 tappe nel centro nord per spiegare alle agenzie di viaggi le diverse possibilità di business con **Top Cruises** (vedi in fondo all'articolo le restanti tappe). L'operatore genovese guidato da **Federico Costa** ha la sua forza in diverse rappresentanze di compagnie di crociere estere, sia marittime che fluviali, ma, soprattutto, una piattaforma web btob per il booking delle stesse crociere, www.crocierepro.it, interfacciata in xml con i sistemi di una quindicina di compagnie, "il che permette preventivi e prenotazioni in real time, a cui noi abbiamo aggiunto la possibilità di prenotare il volato, anche low cost, e l'albergo a destinazione per notti supplementari o eventuali estensioni; insomma e l'unico *cruise dynamic packaging* presente sul mercato italiano" dice Costa (leggi qui la presentazione del sistema).
Top Cruises in Italia e gsa di compagnie quali **Disney**, **A-Rosa o CroisiEurope**, quest'ultime fluviali, ma è *preferred partner* anche di **Holland American line, Carnival, Pullmantur, Celebrity Cruises, Louis Cruises, Royal Caribbean, Msc, Princess Cruises e Star Clippers** e, soprattutto, di **Norwegian Cruise line**, "il nostro primo fornitore, per il quale facciamo anche un catalogo ad hoc, cosi come per A-Rosa, al secondo posto per volumi per noi, seguita da Holland e Carnival". Cataloghi monografici a cui l'operatore ne aggiunge quattro targati Top Cruises, in arrivo nelle partner, "sono circa 5 mila quelle codificate su CrocierePro, di cui 2 mila ci utilizzano in maniera continuativa, generando oltre 5 mila passeggeri sulle crociere Top Cruises, di cui un migliaio sui fiumi" spiega la pm **Giorgia Paciotta**. Sui mari a farla da padrone è il Mediterraneo, "venduto ora anche d'inverno" dice Paciotta, "con il 60% circa delle vendite, seguito dai Caraibi, al 25% circa, con tanti viaggi di nozze ed estensioni dagli Stati Uniti, e il Nord Europa al 10%, stessa percentuale per tutte le altre crociere, come quelle alle Hawaii ad esempio". Ottime le commissioni agli adv, che vanno dal classico 10% sino ad arrivare al 15%, con Top Cruises a pensare anche a quelle online avendo realizzato anche una versione in *white label* di CrocierePro, anche se per il momento non ancora integrata con nessuna realtà in Rete.

- 19 Marzo Como
- 24 Marzo Viareggio

- 25 Marzo Firenze
- 9 Aprile Monza (MB)
- 14 Aprile Roma
- 23 Aprile Torino
- 28 Aprile Milano
- 29 Aprile Pavia
- 4 Maggio Pescara
- 5 Maggio Pesaro
- 6 Maggio Bologna
- 7 Maggio Parma
- 12 Maggio Udine
- 13 Maggio Pordenone