La strategia di Costa Crociere: early booking, Amazon e stop alle agenzie improduttive

Ha fatto discutere la strategia di vendita che sta mettendo in pratica **Costa Crociere** in questo inverno, ma in senso positivo: nelle ultime settimane ha dato una forte accelerazione alle vendita tramite agenzie, ha fatto scelte innovative e preso decisioni impopolari ma coraggiose.
E' già questo è positivo altrimenti in queste pagine staremmo a parlare dell'ennesimo nuovo catalogo.
Le prime novità sono in atto da un paio di mesi grazie alla promozione sull'early booking sulla summer 2018: **“Anticipa l’estate”** dà la possibilità, per chi pianificherà le prossime vacanze estive entro il 15 febbraio 2018, di ricevere fino a 250 euro di sconto a cabina. Un'iniziativa che si applica alle crociere nel Mediterraneo e in Nord Europa a bordo di Costa Victoria, Costa neoRiviera, Costa Mediterranea e Costa Magica, ed è riservata ai soci CostaClub e Ambra.
“I risultati ottenuti nei primi due mesi di lancio della promozione “Anticipa l’estate” sono estremamente positivi. È la conferma di un trend che abbiamo visto consolidarsi sempre più nell’ultimo periodo: i clienti stanno tornando a pianificare per tempo la propria vacanza in crociera – spiega **Daniel Caprile** , Direttore Vendite Italia Costa Crociere –. Per questo motivo, abbiamo deciso di cavalcare l’ottimo andamento delle vendite estive, che sono arrivate a registrare un anticipo di 4 mesi, prolungando l’iniziativa: due mesi di ulteriori grandi opportunità per tutti i nostri clienti affezionati CostaClub e per coloro che si iscriveranno al nostro ClubAmbra, dedicato a chi per la prima volta sceglie di provare l’esperienza di una vacanza a bordo di una nave da crociera Costa”.
La seconda novità sono i **cofanetti di Costa Crociere su Amazon**: non si tratta di un tentativo di vendita diretta ma della vendita del "**Kit Benvenuti alla felicità al quadrato**", online dal 18 dicembre 2017 al prezzo di 49,90 euro. Acquistandolo si potrà ricevere un comodo borsone da viaggio firmato Costa Crociere, al quale è abbinato un buono sconto di 200€ a cabina utilizzabile nelle agenzie di viaggio e cumulabile con tutte le altre promozioni Costa Crociere compresa quella dell'early booking.
La parte più aggressiva della strategia, quella che ha generato più discussioni sui social, è stata quella di iniziare a tagliare i ponti con le agenzie che non vendono abbastanza. Prima vittima di questa nuova politica è stato il network **Bluvacanze**, di proprietà della rivale Msc Crociere, legittimamente più concentrato sul prodotto di casa. Una decisione coraggiosa ma che mette sotto i riflettori un punto strategico fondamentale: un prodotto non può essere venduto indistintamente da tutti ma solo da chi ci

crede e lo spinge. E' questo oggi il valore aggiunto che un'agenzia viaggi può dare a un tour operator, specie se quest'ultimo ha un brand così forte da poter vendere anche da solo online.