Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Cresce e-commerce delle crociere, ma le adv restano canale preferenziale

notizia pubblicata **17 Ottobre 2019** alle ore **12:20** nella categoria **Crociere**



Se acquistare voli, traghetti, hotel in e-commerce oggi è molto diffuso, la crociera ha un target diverso e un gran numero di variabili da considerare rispetto alla prenotazione di una camera d'albergo dove è semplice standardizzare l'offerta. Quando si sceglie una crociera, si parte da circa 20 tipi di cabine, tra yacht club, suite, esterne, con balcone, interne, cabine a prua, a poppa, vicine o lontane dagli ascensori, per citare alcune opzioni. Poi ne subentrano altre, tra cui le diverse tariffe, i pacchetti, le politiche di sconto per chi acquista online, i codici sconto cumulabili per i possessori di fidelity card delle compagnie di navigazione. Un prodotto sfaccettato come quello delle crociere va strutturato per accompagnare per mano il cliente nell'acquisto, anche attraverso una user experience semplice e intuitiva.

Il 10% del prodotto viaggia su e-commerce, il restante 90% è venduto dalle adv online e tradizionali. "Sono percentuali che si mantengono costanti nel tempo; per quanto ci riguarda, siamo partiti dal 5% tre anni fa e adesso siamo allineati alla media del 10%, con picchi del 12% – dice Andrea Barbaro, responsabile Qualità e Produzione di Ticketcrociere – Quello che sta facendo la differenza, anche a livello di reputation, è che offriamo l'e-commerce per tutte le valute internazionali, circa 30. Le principali sono euro, dollaro, sterlina e yuan, la moneta cinese. È questione di cultura; gli italiani sono legati all'acquisto tradizionale, preferiscono parlare e trattare – spiega Barbaro – Nonostante la nostra azienda abbia visibilità maggiore in Italia, in percentuale l'e-commerce funziona molto di più all'estero. Le cose però stanno cambiando: le

transazioni online sono diventate molto sicure, ancor più dal 14 settembre scorso, con l’obbligo di inserire ulteriori codici di sicurezza nelle operazioni online”.
Per adeguarsi alle richieste italiane, l’e-commerce proposto da Ticketcrociere offre due strade: l’acquisto immediato con carta di credito; la possibilità di pagare mediante bonifico che di fatto lascia opzionata una cabina per 2-3 giorni, fino all’arrivo del pagamento.