Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Sardegna

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Sardina 360 chiude 2017 con crescita del 60% e punta a vendere Sardegna in tutto il mondo

notizia pubblicata **01 Febbraio 2018** alle ore **10:15** nella categoria **Tour operator**

La Sardegna di Sardinia 360 nel 2017 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 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", ha detto Marco Bongiovanni, ad di Baja Hotel Travel

Management Srl, società che possiede il TO 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”, ha aggiunto Bongiovanni.

Sardinia 360 offre oltre 300 opportunità di soggiorni in Sardegna e Corsica, di differenti tipologie per incontrare ogni esigenza e ogni budget, in hotel ma anche residence e ville, sempre più richieste dalla clientela, oltre a proposte per vacanze accessibili e tour.

Entro febbraio, Sardinia 360, presenterà una nuova interfaccia web che semplificherà le procedure di booking consentendo alle adv di preventivare online i soggiorni fino alla prenotazione.