Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Bluvacanze investe sulla comunicazione e potenzia la End Consumer Division

notizia pubblicata **19 Novembre 2021** alle ore **10:10** nella categoria **Tour operator**

La End Consumer Division del Gruppo Bluvacanze arricchisce il suo primo nucleo operativo in pochissimi giorni. Novembre è il mese dove il progetto di ibridazione O2O del gruppo italiano leader dei Viaggi e delle Vacanze ha avuto il suo kick off. Dopo gli ingressi di Francesco Fiaschi, E-Commerce & UX manager, con Bernadette Schirinzi quale CRM & Loyalty manager, è la struttura dedicata ai media che prende corpo. Cristina Corsini, dopo il Master in Digital Communication alla 24 Ore Business School, ha maturato un'esperienza presso Hill & Knowlton Strategies, del gruppo WPP, nel dipartimento di Corporate Communication. In Bluvacanze sarà la Press Office Manager, operando specificamente per la End Consumer Division. Opererà nella stessa divisione anche Sara Antonacchio, come Social Media Manager. Antonacchio si è formata allo IED di Milano, dove ha frequentato il master in Brand Management and Communication.

"Bluvacanze è fortemente orientata a costruire una relazione omnicanale con i suoi clienti" – ha dichiarato il CEO Domenico Pellegrino – Vogliamo costruire una relazione stabile, seria, concreta e duratura con i nostri clienti, stimolando il contatto con uno degli oltre 700 professionisti sul territorio che operano nei nostri punti vendita. Vivere&Viaggiare con Bluvacanze è la più grande agenzia d'Italia e desideriamo che attraverso i media, i social, i canali digitali, le piattaforme, possa essere messa integralmente a disposizione dei nostri clienti, 24 ore al giorno, 365 giorni all'anno. Bluvacanze vuole rappresentare

l’esperienza di viaggio a reale valore aggiunto, dove l’emozione è sempre accompagnata dalla sicurezza, dalla garanzia, dalla responsabilità, dal contatto umano, dalla serenità”.