

Costa Crociere: ecco C-Value, nuovo contratto per incentivare adv

notizia pubblicata **23 Novembre 2022** alle ore **11:40** nella categoria **Crociere**



Confermare l'importanza strategica della distribuzione, aumentare le opportunità commerciali per il canale trade, candidarsi come il principale e più innovativo fornitore di servizi per rendere ancora più solida e di valore l'attività della rete distributiva. Sono gli obiettivi ai quali punta C-Value, il nuovo contratto commerciale 2023 che Costa Crociere sta presentando in questi giorni in anteprima a oltre 1500 adv di tutta Italia in occasione del roadshow itinerante "Insieme per creare valore".

Valido dal 1° dicembre 2022 e strutturato in continuità con il Contratto di Valore lanciato nell'aprile 2021, C-Value introduce una serie di innovazioni, a partire da una nuova profilazione dei Partner effettuata sulla base di un'attenta selezione delle adv. Oltre ai due cluster già presenti – Costa Point, destinato ai punti vendita fidelizzati che esprimono produzioni consistenti, e Costa Dealer, per le Agenzie con volumi di fatturato più contenuti ma con interessante potenziale di crescita – il nuovo Contratto prevede un ulteriore terzo cluster, Costa Point Excellence. Ideato ascoltando bisogni ed esigenze dei migliori Partner della distribuzione, è destinato ai punti vendita storicamente legati a Costa e che esprimono volumi di vendita eccellenti.

Valore, reciprocità e innovazione saranno i tre pilastri di C-Value e della nuova segmentazione, grazie alla quale le Agenzie disporranno di accordi più solidi e remunerativi e di una gamma di strumenti e servizi ancora più ricca e personalizzata, grazie al nuovo programma C-Value Servizi. Tra i diversi vantaggi

previsti, alcuni significativi benefici deriveranno dai nuovi piani di comunicazione integrata, dalla possibilità di essere più visibili sia sul territorio che online e dall'opportunità di incrementare i volumi delle vendite e la redditività grazie a nuovi, potenti strumenti di comunicazione sui social media.

Il nuovo Contratto offrirà, inoltre, un programma di incentivazione ricco e ancora più premiante, caratterizzato da un sistema commissionale che remunererà in modo adeguato le vendite di qualità e offrirà guadagni più elevati in base al valore della prenotazione. Ad affiancarlo, ci saranno anche il nuovo Segui-C, che consente ai Partner di guadagnare tutto l'anno a fronte del raggiungimento di obiettivi predefiniti, e il nuovissimo programma loyalty C-Premia. Quest'ultimo, in modo particolare, rappresenta un'importante novità pensata per premiare e coinvolgere, incentivandoli, i singoli Agenti di Viaggio, che avranno la possibilità di scegliere il proprio premio all'interno di un ricchissimo catalogo.

Non mancheranno altri importanti plus, diversificati in base al modello di servizio. La novità principale a supporto della comunicazione B2B2C sarà Red Hab, una nuova, potente e innovativa piattaforma di gestione della comunicazione sui social, per essere più efficaci, più organizzati e più veloci. E, poi, ancora il sistema di geolocalizzazione del punto vendita sul sito Costa, il potenziamento dei servizi di formazione erogati attraverso la Costa Academy e dei tool digitali di prenotazione e informazione, oltre al rinnovamento dei materiali per l'allestimento dei punti vendita.

Per poter godere dei vantaggi previsti dalla nuova profilazione, alle Agenzie di Viaggio Partner verrà richiesto l'impegno a portare a termine con successo alcune attività fondamentali per sviluppare compiutamente le opportunità commerciali, tra le quali il completamento dei percorsi formativi, la corretta e puntuale esposizione dei materiali promozionali e l'utilizzo dei canali di prenotazione digitali.

“Il Contratto C-Value 2023 sarà in continuità con l'attuale Contratto di Valore. Ascoltando con attenzione i nostri Partner della distribuzione abbiamo lavorato, però, per renderlo ancora più ricco e personalizzato, con l'obiettivo di migliorare e qualificare ulteriormente il rapporto con le Agenzie di Viaggio, che rappresentano da sempre il canale distributivo più importante nella strategia di Costa Crociere – spiega Riccardo Fantoni, Direttore Vendite di Costa Crociere -. Il nuovo programma C-Value Servizi prevederà tantissimi servizi base per tutti e un'ulteriore serie a scelta per i nostri migliori Partner, Costa Point e Costa Point Excellence, con l'obiettivo di rappresentare per le Agenzie di Viaggio il principale partner di servizi innovativi e di qualità per raggiungere i risultati attesi, a vantaggio di tutta la filiera”.