



DB Italia, 2011 positivo per le vendite

Comunicato stampa DB Italia

"Tutti i nostri canali di vendita hanno riscontrato una crescita considerevole rispetto al 2010. I punti vendita DB di Milano e Verona insieme al call center hanno registrato un aumento di fatturato del 15%. Il sito internet bahn.com/it ha superato per il primo anno più di un milione di click, rispetto all'anno precedente le visite sono cresciute del 30%: ciò ha portato ad un aumento del fatturato online del 17%. Per la prima volta da quando abbiamo realizzato la nostra rete di vendita, il fatturato totale delle agenzie partner DB ha superato il fatturato degli uffici DB in Italia e ha registrato un aumento del 75% rispetto allo scorso anno", comunica soddisfatta Silvia Festa, Direttore Marketing e Comunicazione, che aggiunge in merito alle agenzie DB: "La creazione della rete di vendita con agenzie partner è stata un passo fondamentale nella nostra strategia per arrivare in maniera ancor più capillare nelle maggiori città del nord-est ma non solo: ricordo infatti il consolidamento della collaborazione con Grandi Biglietterie lo scorso autunno. Dopo le agenzie 365 delle stazioni di Milano Centrale, Firenze S.M.N. , Venezia Mestre e Santa Lucia, dove già da tempo è possibile l'acquisto di biglietteria ferroviaria internazionale tramite i sistemi di prenotazione DB, da novembre 2011 l'agenzia Flamitour è diventata un vero e proprio centro per le informazioni ferroviarie grazie ad una consulenza professionale sui prodotti DB.

L'accrescimento della nostra rete è dovuto anche al fatto che dallo scorso anno non lavoriamo solo col GDS Amadeus ma anche con Sabre. A loro riconosciamo il merito di aver tradotto nell'arco di un paio di mesi la maschera del sistema di vendita in lingua inglese e aver dato come possibilità di pagamento anche la carta di credito: una notevole agevolazione per le agenzie di viaggio rispetto alla fidejussione bancaria."



E' stato un 2011 positivo per i canali di vendita di DB Italia. Nell'immagine la biglietteria DB presente a Verona Porta Nuova (Foto DB)

Per nuovi agenti partner DB sono già programmati i corsi di formazione per il 1° semestre dell'anno e per il weekend 27-29 gennaio è stato organizzato il viaggio incentive a Innsbruck, che sarà soprattutto l'occasione per premiare le migliori agenzie con il 2° DB Bahn Award.

Per quanto riguarda le destinazioni più richieste, Silvia Festa comunica che le top 3 del 2011 sono state: Monaco di Baviera, Vienna e Berlino. Il prodotto più venduto in assoluto è rappresentato dai treni DB-ÖBB EuroCity lungo il Brennero per Innsbruck/ Monaco di Baviera. Quest'anno sarà sfruttato il vantaggio dello speciale carro bici da 16 posti su ben 2 collegamenti giornalieri.

Nel corso dell'anno le DB puntano a creare nuove collaborazioni con partner esteri, e consolidare quelle con partner chiave per il mercato italiano come Monaco, Stoccarda, Innsbruck e Zurigo; inoltre il sito internet sarà aggiornato con nuove rubriche tematiche per dare nuovi spunti di viaggio alla clientela, che non ha solo bisogno del treno per spostarsi da un posto all'altro, ma decide di utilizzarlo per creare lunghi o brevi itinerari alla scoperta di nuove destinazioni.

Comunicato stampa DB Italia - 25 gennaio 2012

□ Iscriviti alla [newsletter quotidiana gratuita di FERROVIE.IT](#) per ricevere tutte le mattine le ultime notizie.

□ Unisciti al nostro [canale WhatsApp](#) per aggiornamenti in tempo reale.

