

Fliggy Lance de Nouvelles Mesures Pour Aider les Commerçants Etrangers à Atteindre Efficacement les Clients Chinois

Le nombre de billets d'avion pour l'Europe réservés cet été a été multiplié par plus de 4,7 en glissement annuel

SHANGHAI, CHINA, September 20, 2023 /EINPresswire.com/ -- Fliggy, l'une des principales plateformes de voyage en ligne et filiale d'Alibaba Group (NYSE: BABA), a annoncé le lancement de nouvelles mesures offrant aux entreprises du monde entier des capacités numériques améliorées afin de maximiser la croissance sur sa plateforme. Ces développements permettront aux partenaires d'exploiter l'énorme potentiel du tourisme chinois de manière rentable.

Cette annonce, faite à l'occasion de l'ITB China 2023, s'inscrit dans le contexte d'une forte reprise du tourisme après la pandémie, qui profite aux fournisseurs de services de vacances tels que les croisières, les organisateurs de voyages en groupe, les attractions touristiques et les fournisseurs de divertissements locaux, en particulier s'ils ne disposent pas déjà d'une plateforme en ligne autonome en Chine. Les nouvelles mesures comprennent :

- des conseils en ligne, des cours de formation et d'autres services pour aider les commerçants dans le processus d'ouverture d'une boutique ;
- un soutien opérationnel complet pour le marketing et le traitement des commandes, disponible pour les commerçants qui ne disposent pas de ces ressources, ce qui leur permet de se concentrer sur l'exécution des commandes ;
- l'accès à une gamme d'outils numériques spécifiquement destinés aux commerçants du secteur des voyages touristiques pour les aider à améliorer leur efficacité opérationnelle, par exemple des mises à jour automatiques sur les demandes de visa ;
- une gouvernance optimisée pour aider les commerçants à mieux s'adapter à la plateforme commerciale numérique et à améliorer ainsi l'expérience de leurs clients.

Fliggy prévoit également de lancer d'autres avantages dans un avenir proche, notamment l'ouverture gratuite d'une boutique avant la première transaction, des niveaux plus élevés de remises et de commissions pour les commerçants les mieux notés et la mise en place de prêts non garantis à faible taux d'intérêt pour les commerçants de petite et moyenne taille afin de développer leur activité.

ZHAO Lei, directeur général de Vacation Business et vice-président de Fliggy, a déclaré : « La

plateforme ouverte exploitée par Fliggy fait correspondre efficacement l'offre et la demande, créant un environnement commercial dans lequel les fournisseurs de services de voyage de toutes tailles du monde entier peuvent maximiser les opportunités disponibles en jouant sur leurs points forts. Nous accordons une grande importance à tous nos partenaires marchands, car ce n'est qu'avec un écosystème florissant que nous pourrions répondre aux divers besoins des consommateurs chinois en matière de voyages.

La richesse de l'histoire, de la culture, de l'art et des paysages urbains de l'Europe exerce un attrait unique, en particulier sur les générations jeunes et mobiles de Chine. Avec la réouverture de l'industrie touristique chinoise et la reprise de l'industrie aéronautique, davantage de touristes peuvent se rendre facilement en Europe, ce qui relance la croissance de l'industrie touristique locale du continent. Fliggy est tout à fait capable et prête à être la plateforme de référence reliant les touristes chinois aux destinations européennes. »

Depuis que la Chine a levé ses restrictions de voyage, le nombre de commerçants sur Fliggy a continué de croître tout en améliorant les performances commerciales. La transaction quotidienne moyenne des commerçants proposant des services de tourisme à l'étranger a été multipliée par 1,5 cet été par rapport à la même période en 2019, la dernière année de voyage comparable. Dans le même temps, les dépenses moyennes par client ont augmenté de plus de 100 % par rapport aux niveaux antérieurs à l'épidémie. Cette dynamique a également profité aux boutiques phares officielles sur Fliggy de destinations de renommée mondiale, notamment les studios Universal d'Osaka, le parc Disneyland de Tokyo et l'île de Sentosa.

Saisir les opportunités du tourisme en Chine

Les statistiques de Fliggy révèlent une nette reprise des voyages à l'étranger en provenance de Chine après la crise du COVID. Selon le rapport 2023 Summer Travel Express de Fliggy, au cours des mois d'été, de juin à août, les commandes de produits touristiques internationaux ont été multipliées par plus de huit en glissement annuel. Les réservations de billets d'avion pour l'étranger durant la saison estivale 2023 ont été multipliées par 12 en glissement annuel.

Si les destinations internationales les plus proches de la Chine ont connu un afflux plus rapide de visiteurs, d'autres régions du monde ne sont pas en reste et enregistrent de véritables hausses. Les réservations de billets d'avion pour l'Europe cet été ont été multipliées par plus de 4,7 en glissement annuel. Les réservations de billets pour la France ont notamment été multipliées par près de 6. Au premier semestre 2023, le nombre de commandes de traitement de visas pour les touristes chinois à destination des pays européens a été multiplié par 17,8 en glissement annuel.

En août, Disneyland Paris a ouvert sa boutique phare officielle sur Fliggy et a organisé conjointement la campagne « Super Brand Day » qui est instantanément devenue très populaire sur Weibo, attirant 13 000 réactions.

La plateforme de référence pour les entreprises du secteur du voyage

Dans le cadre de ses efforts pour développer, transformer et renforcer l'efficacité de l'industrie du tourisme, Fliggy a lancé la campagne de revitalisation « Hello, Tomorrow » en décembre de l'année dernière, une semaine seulement après que la Chine a assoupli les restrictions liées à la pandémie.

La campagne a instauré des mesures spécifiques visant à fournir aux commerçants du secteur du tourisme un soutien solide, notamment des frais réduits, davantage d'initiatives de marketing et de vente, une assurance pandémie gratuite pour le personnel et les clients, ainsi qu'une participation aux coupons gouvernementaux et au recrutement de talents.

En l'espace de trois mois seulement, plus de 1 000 sociétés de voyages de loisirs ont ouvert des boutiques et débuté leurs activités sur la plateforme Fliggy. En Chine, une agence de voyage sur quatre, qualifiée pour le tourisme émetteur, dispose désormais d'une boutique sur Fliggy.

Helen Lam
Paradigm Consulting
[email us here](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/656608160>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2023 Newsmatics Inc. All Right Reserved.