



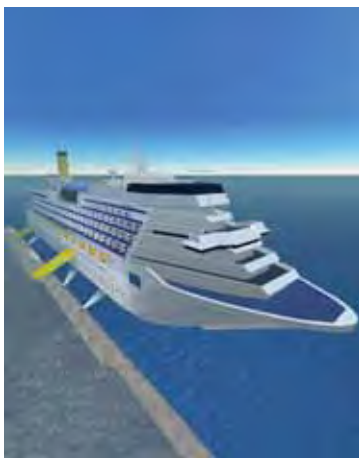
www.costacrociere.it

Chi fa una crociera Costa entra in un Mondo Meraviglioso in cui ciascuno si sente come a casa propria. Un'esperienza unica ed indimenticabile, che si può rivivere ogni volta che si vuole, sia nella vita reale che in quella virtuale.

Costa Crociere è la compagnia italiana leader delle crociere in Europa e Sud America. Nel 2006 Costa Crociere ha portato in crociera un totale di 880.000 ospiti e già a luglio 2007 ha superato il milione di ospiti prenotati per l'intero anno, record storico in tutto il settore crociere in Europa.

La sua flotta, la più grande e moderna d'Europa, comprende un totale di 12 navi in servizio e 3 in ordine. Tutte le navi battono bandiera italiana, ed operano nel Mediterraneo, Nord Europa, Caraibi, Sud America, Emirati Arabi, Golfo Arabico, lontano Oriente e Oceano Indiano.

Il costante impegno nell'integrare le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie a supporto del business con l'obiettivo di ottimizzare le relazioni con i clienti e partner e la leadership che Costa Crociere vanta come unica compagnia di crociere italiana, la confermano come una delle società nazionali più attente all'innovazione.



Proprio questa costante attenzione all'innovazione e la sua strategia di e-business continuamente all'avanguardia, hanno portato Costa Crociere ad inaugurare, primo brand in assoluto del suo settore, una nuova nave da crociera, con un battesimo che si è tenuto sia nella "real life", nel porto di Marsiglia, che nel mondo virtuale di Second Life.

Grazie ad un eccezionale lavoro di coordinamento da parte dello staff e del management Costa, il 19 maggio 2007 si è tenuto infatti il battesimo di Costa Serena (114.500 tonnellate di stazza, 3780 ospiti) la punta di diamante della flotta Costa. Tutti gli iscritti su Second Life hanno potuto visitare, in contemporanea a quanto avveniva nel porto di Marsiglia, la nuova nave, passeggiare sui ponti esterni, scoprire tutti i servizi offerti, interagire con le hostess virtuali e partecipare all'evento di animazione che è stato creato esclusivamente per gli utenti online.



Condividere l'esperienza
Il ritorno dalla vacanza: tante valigie, fotografie e ricordi che si vogliono condividere con gli amici. E spesso l'entusiasmo di chi ha viaggiato contagia chi ancora non l'ha fatto ed è indeciso sulla destinazione o sul mezzo da usare.

Il web 2.0 ha creato un mondo parallelo di viaggiatori, che visitano i luoghi a volte prima di esserci stati di persona attraverso i blog, le foto e video, che li aiutano a soddisfare la propria curiosità, a condividere la propria esperienza, ma soprattutto ad assicurarsi che la vacanza che stanno per intraprendere sarà sempre all'altezza delle loro aspettative. Una sorta di passaparola virtuale, ma dagli effetti decisamente concreti nell'indirizzare le scelte di chi si appresta a viaggiare.

Per questo insieme alla nave Costa Serena è nato il blog www.costaserena.net/blog. Tenuto dalla blogger immaginaria "dea Serena" - che corrisponde ad una persona vera la cui identità rimane volutamente celata - il blog è un diario della vita a bordo della nave, raccontata attraverso interviste, foto e video caricati sul sito via YouTube.

La partecipazione e il coinvolgimento da parte dei clienti Costa non si è fatto attendere ed ha superato le aspettative con più di 30.000 accessi nei primi due mesi di attività. I commentatori sono presto diventati i protagonisti, spinti dal desiderio di condividere spunti, suggerimenti per itinerari o prepararsi ad una vacanza su Costa Serena e sulle altre navi della flotta. Da settembre Serena naviga con il cast di Natale in Crociera - film per il Natale 2007 di Filmauro - proponendo attraverso un blog dedicato (blog.nataleincrociere.it) interviste, schede e filmati del backstage delle riprese.

Tutte le iniziative dedicate al mondo del web, il blog, Second Life, i 24 siti in 18 diverse lingue aperti da Costa Crociere i cui contenuti saranno in futuro sempre più legati ai contributi degli utenti, si inseriscono perfettamente all'interno dell'ampio percorso di comunicazione internet che il brand sta seguendo da diversi anni, con l'obiettivo di sperimentare nuove forme di comunicazione sempre più all'avanguardia per essere sempre più vicina ai suoi ospiti - siano essi clienti, agenzie di viaggio o utenti online - e ottimizzare così i servizi e le relazioni.

