گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۴۵۷۲۵۰
یکشنبه ۲۶ تیر ۱۴۰۱ ۱۵:۳۳

مدیرعامل علی بابا:

جام جهانی بزرگترین تجربه سفر برای مشتریان علی بابا خواهد بود

مدیرعامل علی بابا در مراسم نشست خبری تبدیل شدن این پلتفرم به آژانس رسمی فروش پکیج‌های جام جهانی فیفا اعلام کرد که تجربه سفر جام جهانی چالشی بزرگ برای همه آژانس‌های مسافرتی خواهد بود و بزرگترین تجربه علی بابا نیز خواهد بود.

به گزارش خبرنگاران گروه سازمان‌ها و شرکت‌ها گزارش خبر، مدیرعامل علی بابا تاکید کرد که سفر به جام جهانی یک سفر لوکس به حساب می‌آید اما چالش‌های زیادی به همراه دارد که آنها سعی دارند متناسب‌ترین سفر را برای دوستداران جام جهانی فراهم کنند.

حداقل پکیج برای هر بازی برای هر نفر احتمالا ۷۰ میلیون تومان هزینه دارد

«مجید حسینی نژاد» بنیانگذار و مدیرعامل علی بابا در این مراسم با طرح این موضوع که سفرهای جام جهانی برای همه آژانس‌های مسافرتی چالش آفرین خواهد بود گفت: در ایران هیچ آژانسی نتوانسته از جام جهانی جان سالم به در ببرد چرا که مدیریت جام جهانی واقعا کار سختی است و چالش بسیار زیادی دارد. این جام جهانی برخلاف تصور عموم مردم اصلا ارزان تر نیست چرا که محیط خیلی کوچک است و همین محدودیت ها باعث شده که مبالغ بالا برود.

او اعلام کرد که آنها تعهد دارند تا بتوانند در این شرایط سخت هم بهترین تجربه را بیافرینند: این تعهد را انتخاب کردیم که تجربه خوب به مشتری انتقال دهیم و می‌خواهیم شرایط را متناسب کنیم اما در هر صورت باید بدانیم آنقدر که دوحه شلوغ است ممکن است با روتین زندگی همه یکسان نباشد و مشتریان مجبور به برخی تغییرات سبک زندگی در این دوران شوند.

به گفته حسینی نژاد پکیج هر بازی از نفری هفتاد میلیون تومان شروع می‌شود و تا دویست سیصد میلیون تومان هم پیش می‌رود: فعلا دسترسی به ارز نیمایی نداریم اما در تلاش هستیم تا به این ارز دست پیدا کنیم طبیعتا هزینه ها بیست درصدی کمتر می‌شود.

علی بابا چرا سراغ آژانس رسمی شدن فیفا رفت؟

«آرش خسروریان» مدیر بازاریابی علی بابا نیز در ادامه این مراسم تاکید کرد سفر از جایی شروع می‌شود که یک شخص برای آن رویاپردازی می‌کند و رویای بودن در جام جهانی نیز برای خیلی از افراد صورت می‌گیرد: سفر از جایی شروع می‌شود که یک شخص برای آن رویاپردازی میکند و این سفر پیش میرود تا جایی که فرد وسایل سفر و بلیت آن را می‌خرد و در نهایت آن را تجربه می‌کند و سپس از سفر خود برای دیگران تعریف میکند. ما برای همه این مراحل یک محصول داریم تا در کنار مشتریان باشد، مثل کتاب های سفر ما که در برنامه ریزی و حین سفر همراه مسافرین است تا مثلا پادکست رادیو دوردنیا که در بخش رویاپردازی برای سفر نقش دارد.

از دیدگاه خسروریان جام جهانی یک سفر است و تنها دیدن مسابقه فوتبال نیست. او تاکید دارد یک کشوری که میزبان جام جهانی است از چندین سال قبل کارهای آماده سازی را می‌کند تا برای این کارناوال مهم خودش را آماده کند: همین موضوع «سفر» بودن جام جهانی باعث شد که ما در این مسأله ورود کنیم و آگاه بودیم که این یک تجربه پرمیوم است چرا که هزینه کمی برای سفر جام جهانی نمیتوان داد و این یک سفر پرهزینه خواهد بود. ما مارکت را رصد کردیم و دیدیم یک سری پکیج به خرید و فروش می‌رسد اما مشخص نبود که دقیقا پشت این پکیج ها چیست و آیا تامین کنندگان صد در صد می‌توانند به بهترین نحو این تجربه را برای مشتریان خلق کنند یا نه. در نهایت با فیفا صحبت کردیم تا نمایندگی فروش بلیت پکیج های جام جهانی در ایران را داشته باشیم.

صندلی های استادیوم‌های جام جهانی یا در حالت قرعه کشی به تماشاگران می‌رسد که معمولا فدراسیون‌های کشورها انجام می‌دهد. درصد دیگری از جایگاه‌ها نیز از طریق Match Hospitality به فروش می‌رسد که شامل امکاناتی مانند پارکینگ و پذیرایی و گیت جداگانه و… هم خواهد بود.

فیفا در دنیا یک سری آژانس را در سراسر کشورها در نظر می‌گیرد و علی بابا مسئولیت این کار را در ایران برعهده گرفته است. آنطور که اعلام شده این مسئولیت فقط مربوط به بلیت مسابقات ایرانیان نیست بلکه علی بابا می‌تواند تمام بلیت بازی‌ها را در صورت وجود ظرفیت، بفروشد. مدیرعامل بازاریابی علی بابا با اشاره به این موضوع گفت: این پکیج ها در ۵ دسته بندی رخ می‌دهد که هزینه های آن متفاوت است و قیمت آن از ۹۵۰ دلار آغاز می‌شود تا ۵ هزار دلار می‌رسد.

خسروریان تاکید کرد آنها سعی کردند موارد اقتصادی را عرضه کنند اما این باعث نمی‌شود که پکیج های لوکس را نفروشند و هرکس این پکیج ها را بخواهد نیز می‌تواند از علی بابا آنها را خریداری کند: این چالش ها باعث شده که پشتیبانی و مشورت خوبی برای خریداران وجود داشته باشد که یک تیم مجزا برای این سفرها در نظر گرفته شده تا بهترین راهنمایی ها به مشتریان داده شود.

او با ذکر این نکته که تصور دارند پکیج Match Club که تقریبا یک پکیج اقتصادی است بیشترین فروش را خواهد داشت ویژگی‌های این پکیج را چنین برشمرد: هم پذیرایی به صورت غذاهای خیابانی خواهد داشت و هم پارکینگ جدا و هدایای مجزای و سرگرمی های مستقلی دربر دارد.

علی بابا فرهنگ خرید بلیت آنلاین را ارتقا بخشیده است

«امیر حسن شعبانیان» مدیر روابط عمومی علی بابا نیز در ادامه این مراسم به دستاوردهای بنیادینی که علی بابا در طول این سالها فعالیت به آنها رسیده اشاره کرد و گفت: اعتقاد داریم که سهم بزرگی در ایجاد تحول در صنعت گردشگری داشتیم و توانستیم یک برند ملی در این حوزه باشیم. ما کمک چشمگیری به ایجاد شفافیت در صنعت کردیم و فرهنگ کار کردن را نیز در اکوسیستم استارتاپی ارتقا بخشیدیم. ما یک فرهنگ خرید انلاین بلیت در جامعه درست کردیم و نیروهای مجربی را وارد این مارکت کرده‌ایم که به آنها افتخار میکنیم.

شعبانیان تاکید دارد که آها ۴۰ درصد از کل بازار آنلاین گردشگری را بر عهده دارند و تنها بازیگری هستند که در تمام ابعاد گردشگری فعالیت دارند: علی بابا متعهد است که با قدرت تکنولوژی جامعه را آنچنان توانمند کند که همه به تجربه ای شایسته از سفر دسترسی داشته باشند. ما اعتقاد داریم جام جهانی یک تجربه برای ما است و قرار است آن را به یک تجربه عالی برای خودمان و مسافرین تبدیل کنیم.