Comunicato stampa

**SCALAPAY PER LE AZIENDE TRAVEL:**

**NON SOLO NUOVA FORMULA DI PAGAMENTO**

**MA PARTNER PER LE STRATEGIE DI MARKETING.**

**La case history con DLT Viaggi, i numeri parlano:**

* **+ 25% clienti**
* **+ 42% di conversione delle prenotazioni**

*Milano, 8 febbraio 2022*.

A soli 7 mesi dal lancio di Scalapay nel settore del turismo, si possono già fare bilanci e dare una lettura di alcuni numeri generati dall’integrazione di questo sistema di pagamento.

Si può definire case history di successo quella tra Scalapay e DLT Viaggi - agenzia di viaggi online che offre soggiorni al mare o in montagna, vacanze wellness, viaggi di gruppo e crociere - con risultati molto positivi su diversi fronti:

* i nuovi clienti sono aumentati del 24,33%
* il ricavo medio per transazione è salito del 10,82%
* il 24% degli ordini è stato fatto grazie a Scalapay, in alta stagione
* la conversione è aumentata del 41,26%, in alta stagione
* in soli 6 mesi, il 3,1% degli utenti Scalapay ha fatto un nuovo acquisto.

Come condiviso in occasione della presentazione dei risultati della Ricerca dell’Osservatorio sul Turismo del Politecnico, ed evidenziato anche da Google, i viaggiatori in questo post pandemia cercano sempre più flessibilità, sicurezza e sostenibilità. DLT Viaggi è stata fra le prime agenzie viaggio online ad integrare Scalapay, offrendo maggiore flessibilità dei pagamenti e aumentando la fiducia all’atto della prenotazione, con un evidente apprezzamento del mercato.

Facendo leva sui benefici di **Scalapay**, **l’agenzia di viaggi ha visto impennare le performance**, in un periodo complesso. I clienti di DLT Viaggi, che già potevano usufruire di una dilazione del pagamento, con Scalapay hanno prenotato **potendo saldare dopo la partenza e facendo incassare all’operatore gli importi totali all’atto stesso della prenotazione**.

Oltre che per il bacino di utenza più propenso a finalizzare l’acquisto, i risultati sono stati considerevoli anche **dal punto di vista del marketing: attingere ad una community, sempre più numerosa** e già proiettata verso un acquisto online e dilazionato nel tempo, ha portato sul sito di DLT Viaggi un numero significativo di nuovi potenziali clienti.

Commenta **Matteo Ciccalé**, **Partnerships Director - Travel di Scalapay:** *"la pandemia ha trasformato i consumatori italiani facendogli fare un balzo di almeno 20 anni verso il digitale. In questo contesto di continua mutazione, è fondamentale agire come DLT Viaggi, velocemente e ascoltando il mercato, per cavalcare il cambiamento. In questo scenario, Scalapay offre un sistema di marketing a performance senza costi fissi che permette di essere flessibili, veloci e senza rischi”.*

Secondo **Alfredo Miraglia Responsabile Marketing DLT Viaggi**: *“Scalapay ci ha consentito di superare un grande limite: permettere ai clienti di saldare la vacanza anche dopo la data di partenza. Questa opportunità è stata di cruciale importanza soprattutto a seguito del cambio delle abitudini causato dal Covid, che ha comportato la tendenza a prenotare sotto data. I consumatori hanno approfittato di agevolazioni finanziarie senza dover esibire documenti personali, noi come azienda abbiamo beneficiato della visibilità che un brand come Scalapay genera”.*

Per maggiori informazioni, visitare <http://www.scalapay.com>.

**About Scalapay**

Leader del mercato Buy Now Pay Later, Scalapay eÌ una FinTech che ha trasformato il mondo dei pagamenti online e in-store permettendo agli acquirenti di ricevere i prodotti/servizi immediatamente, pagandoli in tre soluzioni, senza interessi. Già operativa in Italia e in Europa e utilizzata da centinaia di migliaia di clienti, la FinTech ha incontrato il favore di oltre 3.000 brand, vantando una forte presenza online e in-store con più di 5.000 negozi fisici.

Per informazioni alla stampa:

Sara Ferdeghini - sara@ferdeghinicomunicazione.it - cell: 335.7488592

Francesca Motta - motta@ferdeghinicomunicazione.it - cell: 344.0965871

Ferdeghini Comunicazione Srl