

SEATRADE CRUISE GLOBAL 2025: מתמקדים בנושא "חדשנות ביעד"

Posted on 9 באפריל 2025 by עוזי בכר



אחד האירועים המובילים בתעשיית הקרוזים העולמית, המתקיים בתאריכים 7-10 באפריל, הפגיש נציגי חברות שייט ונמלים כדי לדון באסטרטגיות להתאמת יעדים לאוניות נוסעים חדשות ומתקדמות

Categories: [חדשות](#), [ראשי](#)

Tag: [Seatrade Cruise Global 2025](#)

Seatrade Cruise Global 2025, המתקיים במרכז הכנסים של מיאמי ביץ', בתאריכים 7-10 באפריל, הוא אירוע B2B השנתי המוביל בתעשיית השייט העולמית. מפגיש קונים וספקים מ-120 מדינות כולל 300 עיתונאים. האירוע בוחן את המגמות האחרונות עם משפיענים בתעשייה ומנהלי חברות שייט וכולל את המפתח השנתי של מצב תעשיית השייט העולמית בהובלת מנכ"לים של ארגוני השייט הגדולים בעולם.

כאמור, האירוע יצא לדרך והתמודד עם הנושא המכריע של האופן בו יעדי שייט יכולים להתפתח כדי להציע חוויות בלעדיות עבור אוניות נוסעים מודרניות.

מספינה לחוף: חוויה ייחודית

חברת **Virgin Voyages** "למבוגרים בלבד" הובילה את הדיון על יצירת חוויות בלעדיות הן בסיפון והן ביבשה. **נטשה זלצדו**, מנהלת המסלולים והיעדים של החברה, הדגישה את החשיבות של אספקת חוויה עקבית המספקת את ההעדפות של נוסעים חוזרים. האסטרטגיה של חברת השייט כוללת תפירה ייחודית של חוויות יוקרתיות המשתרעות מעבר לשייט, מה שמבטיח שהנוסעים ייהנו משייט חלק ויוקרתי.

סיפוק הנוסע הנאמן: אסטרטגיית נסאו

שיא משמעותי נוסף, השקעה של **Global Ports Holding** בשיעור של 300 מיליון דולר בפיתוח מחדש של קו המים בנסאו, בהאמה. החברה שואפת ליצור מרחב פתוח ומרתק יותר לנוסעים, לגשר על הפער בין הנמל למרכז העיר. **מייק מאורה**, המנהל האזורי של Global Ports Holding של אמריקה, דן במאמצים הנרחבים שננקטו כדי ליישר קו הן עם תעשיית השייט והן עם בעלי העניין המקומיים. יוזמה זו מבטיחה שנסאו תוכל להציע חוויות מגוונות למבקריה, החל מפעילויות משפחתיות ועד טיולים למבוגרים בלבד.

מאורה הדגיש כי הצלחתה של נסאו טמונה ביתרון הגיאוגרפי שלה, המושך אליה נוסעים חוזרים לחוויות שונות בכל פעם. כאשר מחצית מהמבקרים של נסאו הם נוסעי קרוזים חוזרים, הנמל מסתגל כל הזמן לצרכים המתפתחים שלהם.



הכניסה לנמל נסאו כאשר בקו הרקיע מתחם התיירות אטלנטיס. צילום עוזי בכר
שיתוף פעולה למען הצלחת היעד

המפגש התייחס לצורך הקריטי בשיתוף פעולה בין מפעילי נמלים, עסקים מקומיים וחברות שייט כדי להבטיח חווית אורח עקבית ואיכותית. **אוגו סאווינו**, מנהל בכיר ב-Carnival Cruise Line, הדגיש כי היעדים הם לרוב הסיבה העיקרית לכך שנוסעים בוחרים בהפלגה מסוימת. לפיכך, חיוני שנמלים יעבדו יחד כדי להתאים את ההיצע שלהם לציפיות של נוסעי השייט.

מארק אדסון, מנהל פיתוח עסקי ושותף ב-IDEAS, הציג אסטרטגיות עבור יעדים שאולי אין להם את המשאבים לעיצוב מחדש בקנה מידה גדול. ההמלצות שלו כללו שילוט ברור, מעורבות יזומה עם האורחים והתאמה של היצע

היעדים לסטנדרטים של חברות השייט.

חויות אותנטיות וסוחפות

מנכ"ל נמל סנט מארטן, **אלכסנדר גאמבס**, שיתף בתובנות לגבי החשיבות של שילוב חויות מקומיות אותנטיות לנוסעי שייט. מחקרים מראים שנוסעים המבקרים בסנט מארטן להוטים לגלות תרבות, ומעדיפים לחקור מעבר לקניות כדי לעסוק ישירות בחיים המקומיים. השינוי הזה הוא חלק מכריע מהמאמצים של האי להציע למבקרים חוזרים פעילויות חדשות וייחודיות בכל פעם מחדש.



סנט מארטן. צילום Depositphotos
מסקנה: כוחו של חזון מאוחד

רוג'ר בלוס, מנהל ב-Cruise & Port Advisors, Inc, סיכם את הפאנל והדגיש את החשיבות של שיתוף פעולה בכל המגזרים של המערכת האקולוגית התיירותית. בעוד שהמשימה של איחוד מחזיקי עניין שונים עשויה להיות מאתגרת, עבודה משותפת ליצירת חזון מאוחד היא חיונית להגברת חווית האורח ולהבטחת ההצלחה ארוכת הטווח של יעדי השייט.

הדיונים ב-Seatrade Cruise Global הדגישו את עתיד תיירות השייט, תוך התמקדות בחדשנות, בשיתוף פעולה ובצורך ליצור חויות בלתי נשכחות ואיכותיות עבור הנוסעים בעלי הבחנה של ימינו.

ברוכים המצטרפים לקבוצת הפייסבוק "[קרנל חלום של הפלגה](#)" הייחודית בעולם הקרוזים. למעלה מ-15,700 חברים

.There are no comments yet