AsiaNet 95137（0668）

TBO Groupがグローバルな旅行ニーズの取り込みに向けリブランディングを発表

【ドバイ（アラブ首長国連邦）2022年3月23日PR Newswire＝共同通信JBN】

＊新たな顧客中心のブランドアイデンティティーと名称、タグラインは、このブランドのグローバルな旅行流通プラットフォームへの成長を反映

プラットフォーム上に100万軒を超すホテルと110カ国以上の10万人のバイヤーを持つ世界有数の旅行販売プラットフォームであるTBO Groupは、新たに顧客中心ブランドを表現する名称TBO.COM、ロゴおよびタグライン「Travel Simplified」を発表した。

世界が旅行需要の復活に備える中、TBO.COMは、ブランドのコアバリューを反映する色彩により新しい独特のアイデンティティーを選択している。新たなポジショニングは、旅行商品とサービスの包括的なスイートを1つのプラットフォーム上に統合することでバイヤーとサプライヤーのために旅行の複雑な業務を簡素化することを目指すブランドにとって、極めて重要な瞬間を示す。

ルック・アンド・フィールの更新から商品提供の拡大まで、TBO.COMは、絶えず進化する世界で旅行のバイヤーとサプライヤーの要望とニーズを実現するための取り組みを拡大することを目指している。

さまざまなホテル、デスティネーション、パッケージが競争力のある価格で利用できるようになっている。予約インセンティブとリワードにより、コストと関連する煩雑さが軽減され、ダイナミックな価格設定、56種類の利用可能通貨およびクロスボーダー決済により、予約体験はさらに簡素化される。

さらに、サプライヤーは110カ国以上の10万人を超すバイヤーに瞬時にアクセスできる。リワードプログラムであるTBO+と知識共有プラットフォームであるTBO Academyにアクセスすることで、供給パートナーはマーケティング目標をシームレスに達成し、ブランドとデスティネーションを宣伝することができる。

この機会に、TBO.COMのGaurav Bhatnagarジョイント・マネジングディレクターは「当社のブランドの進化の一環として、新しいアイデンティティーを発表できることは喜ばしい。新たなTravel Simplifiedの提案が、世界をリードする旅行販売プラットフォームとしての当社の地位を高め、パートナーのビジネスの成長をさらに促進することを願っている」と語った。

Bhatnagar氏は「世界の旅行者は現在、時間を最大限に利用し、旅行体験全体を最大限に充実させようとしている。使いやすさ、利便性、スピードというメリットを組み合わせることで、バイヤーとサプライヤーを結び付け、旅行の複雑なエコシステムを簡素化し、体験を向上させることに注力している」と付言した。

可能な限り最も簡素な予約プロセスの1つを作り出していくことにより、TBO.COMはすべての人の旅行を簡素化し、心に残る楽しい体験を世界中で提供する旅行パートナーになることを目指している。

Logo - <https://mma.prnewswire.com/media/1772428/TBO_Logo.jpg>

ソース：TBO.COM