Global Blue si ripresenta ai retailer e agli shopper di tutto il mondo

Milano, 19 marzo 2024

- **Global Blue è entusiasta di svelare la sua nuova identità, una pietra miliare nella storia aziendale.**

- **Da pioniere del Tax Free Shopping, il nuovo posizionamento di Global Blue aderisce ad un modernizzato approccio volto a offrire una vasta gamma di tecnologie e servizi su misura per sfruttare al meglio ogni momento della shopping journey.**

- **Global Blue si è evoluta in un business partner a tutto tondo: questa nuova identità esprime il suo attuale impegno.**

Accrescere lo shopping attraverso la forza dell'esperienza

Oltre 40 anni fa, Global Blue ha introdotto il Tax Free Shopping, cambiando il panorama del retail e dando maggiori possibilità agli shopper internazionali di tutto il mondo. Da allora, il suo percorso si è evoluto e oggi si contraddistingue per tre diverse soluzioni: Tax Free Shopping, Pagamenti e Soluzioni post-acquisto.
All'interno di questi ambiti, Global Blue sfrutta l'integrazione dei suoi software e i dati per apportare valore aggiunto in ogni fase del percorso di acquisto, portando lo shopping a livelli di volta in volta superiori.
Sulla scia di questo impegno, i team di Global Blue creano esperienze ingaggianti che favoriscono le connessioni tra consumatori e brand, semplificando i processi e garantendo una customer journey sempre fluida e intuitiva. Grazie a questi sforzi, Global Blue consente ai suoi partner di cogliere appieno le opportunità di business, migliorare la fidelizzazione dei clienti, incrementare le vendite nonché ottimizzare operazioni e costi.

"In Global Blue siamo fermamente convinti che migliorare la shopping journey significhi aumentare le performance. Questa rinnovata attenzione verso esperienza e performance non è solo uno slogan, ma un principio guida che permea l'intera azienda. Il nostro rebranding e repositioning annunciato oggi è un passo importante per la nostra realtà, poiché ci permette di esprimere meglio questo tipo di impegno", ha dichiarato Jacques Stern, Presidente e CEO di Global Blue.

Nel valutare un possibile claim per ripresentarsi al mondo, Global Blue ha cercato una formula che incarnasse i suoi valori e la sua visione. **'Enjoy the Journey'** è il mantra del suo impegno volto a migliorare la shopping experience.

Accompagnare clienti e partner nella fase di rebranding

Questo rebranding mira a portare i partner e i clienti di Global Blue ad un livello superiore di customer experience, senza compromettere la qualità del servizio durante - e oltre - la fase di transizione.

Nel corso di questo riposizionamento, Global Blue punta a semplificare la shopping journey attraverso tutti i suoi touchpoint. Dall'app Global Blue fino al servizio Mobile Customer Care, ogni interazione digitale continuerà a funzionare con la medesima fluidità. Inoltre i luoghi fisici, tra cui le Global Blue VIP Lounge e la rete di Refund point, saranno completamente ribrandizzati entro l'estate.

GLOBAL BLUE

Global Blue è il business partner dell'intera shopping journey, capace di fornire la tecnologia e i servizi per migliorare la shopping experience e aumentare le performance.

Con oltre 40 anni di esperienza, oggi mette in contatto migliaia di retailer, acquirer e hotel con quasi 80 milioni di consumatori in 53 differenti Paesi, per tre diversi settori: Tax Free Shopping, Pagamenti e Soluzioni post-acquisto.

Con oltre 2.000 dipendenti, Global Blue ha generato €20bn di Sales in Store e €311M di fatturato nell'anno fiscale 2022/23. Global Blue è quotata al New York Stock Exchange.

Per maggiori dettagli, visitare il sito www.globalblue.com

Per informazioni
UTOPIA - Comunicazione e media relations Global Blue
Piero Tatafiore - Massimiliano Mellone
Mob. +39 328 6111646 - +39 345 6745686
globalblue@utopialab.it