

NCL משיקה אסטרטגיות חדשות למשיכת משפחות עם ילדים

Posted on 5 בנובמבר 2025 by עוזי בכר



הפלגות קצרות, פארק מים חדש באי הפרטי ותמחור נוח יותר לילדים – כך נורוויג'ן קרוז ליין מבקשת להפוך את ההפלגה לחוויה משפחתית נגישה ומהנה. העלייה בהזמנות מעידה שהאסטרטגיה החדשה כבר מניבה פירות

Categories: [חדשות](#), [ראשי](#)

Tag: [נורוויג'ן קרוז ליין](#), [משפחות](#)

נורוויג'ן קרוז ליין (Norwegian Cruise Line - NCL) מציבה את המשפחות בלב האסטרטגיה החדשה שלה ומבצעת שורה של התאמות שנועדו להפוך את ההפלגות לנגישות ומהנות יותר עבור הורים וילדים כאחד. החברה משיקה מסלולים קצרים יותר, משדרגת מתקנים לילדים בסיפון ומציעה מודל תמחור חדש המקל על משפחות לצאת יחד לחופשה – מבלי לוותר על תחושת היוקרה המזוהה עם המותג.

חברת האם, **נורוויג'ן קרוז ליין הולדינגס (Norwegian Cruise Line Holdings)**, ציינה כי השילוב בין הפלגות קצרות יותר, הרחבת היצע היעדים באיים פרטיים והתאמות במחירים הוא המפתח לצמיחה בשנים הקרובות. במסגרת השינוי, הוצגו **תעריפים מוזלים לנוסעים שלישיים ורביעיים בחדרים משפחתיים**, לרוב ילדים – מהלך שהוביל לעלייה חדה בשיעורי התפוסה ובהיקף ההזמנות מצד משפחות צעירות.

הפלגות קצרות ויעדים נגישים למשפחות

לדברי מנכ"ל החברה, הארי סומר (Harry Sommer), נורווג'ן מתמקדת בהפלגות קצרות בִּיקור בקריביים ובאירופה כדי לענות על הצרכים של משפחות המחפשות חופשה איכותית, גמישה ומשתלמת יותר. "משפחות עם ילדים קטנים מתקשות לעיתים לקחת חופשות ארוכות או יקרות. הפלגות של חמישה עד שבעה ימים מספקות פתרון מושלם לשוק הזה", אמר סומר.

בהתאם לכך, על פי דו"ח הרווחים האחרון של החברה, צפויה עלייה של 40% במספר ההפלגות הקצרות עד 2026, כאשר הפלגות של שבעה ימים יהפכו למרכיב מרכזי בתוכנית החדשה של NCL.

אי פרטי שמתאים לכל המשפחה

אחד הביטויים הבולטים למיקוד המשפחתי החדש הוא ההתרחבות של **Great Stirrup Cay** האי הפרטי של נורווג'ן באיי בהאמה.

החברה משקיעה בשדרוג משמעותי של חווית האורחים במקום, עם פתיחת פארק מים חדש באמצע 2026, בריכה מחוממת גדולה, אזורי מנוחה מוצלים וברים לשחייה. היעד: להפוך את האי לגן עדן משפחתי שבו הילדים נהנים מהאטרקציות, בעוד ההורים זוכים לרגיעה אמיתית בחוף.



Norwegian Aqua על רקע Great Stirrup Cay. הדמיה NCL

תמחור משפחתי חדש והשלכות כלכליות

בהתאם לאסטרטגיית המשפחתית, NCL עדכנה את מודל התמחור שלה בִּיקור ששני הנוסעים הראשונים בחדר ישלמו מחיר רגיל, אך הנוסעים השלישי והרביעי, בדרך כלל ילדים, יזכו להנחות משמעותיות. מהלך זה אמנם גרם לירידה

קלה בתחזית הצמיחה בתשואה נטו (מ-2.5% ל-2.4%-2.5%), אך הוא הוביל לגידול בתפוסה ולשיפור הרווחיות הכוללת. סמנכ"ל הכספים של NCLH, **מארק קמפה**, הסביר כי "ההנחות הממוקדות למשפחות תרמו לשולי רווח בריאים, גם כשמחיר לנוסע ירד מעט מ-7 משום שהתפוסה עלתה מעבר לציפיות".

תפוסה שיא והזמנות עולות

על פי נתוני החברה, סך ההזמנות בשלושת מותגי NCLH – נורוויג'ן קרוז ליין, אושיאניה ורג'נט סבן סייז **עלה ב-20% בהשוואה לשנה שעברה**, ושיעור התפוסה באוניות נורוויג'ן הגיע ל-**106.4%**, מעל התחזית המקורית של 105.5%. הנתונים הללו מצביעים כי האסטרטגיה החדשה פוגעת בדיוק במטרה: משפחות מחפשות חופשות יוקרתיות אך נגישות, והפלגות NCL מספקות להן את השילוב הנכון בין חוויה, מחיר ותוכן.

חוויות חדשות על הסיפון

גם על הסיפון, נורוויג'ן מבצעת התאמות משמעותיות כדי לשפר את חוויית המשפחות. האונייה **Norwegian Aqua**, שתפליג מפורט קנברל, תציע מתחמי משחקים דיגיטליים מתקדמים, **Aqua Slidecoaster** **רכבת הרים מים ייחודית** ואזורי ספורט לילדים ולבני נוער. כל אלו נועדו להבטיח חוויה עשירה ומגוונת שתתאים לכל גיל ולכל סגנון חופשה.

<https://www.youtube.com/watch?v=AtKf6Euhmck>

עתיד משפחתי ברור

השינוי של נורוויג'ן קרוז ליין מסמן מגמה רחבה יותר בתעשיית השייט: מיקוד גובר במשפחות צעירות המחפשות חופשה גמישה, נגישה ומהנה. עם השקעות חדשות באיים פרטיים, אוניות חדשניות ומודל תמחור שמתאים למציאות המשפחתית, החברה מבססת את עצמה כמותג מוביל בשוק המשפחתי. ככל שמתקרבת שנת 2026, נראה כי **האסטרטגיה המשפחתית של נורוויג'ן אינה רק שינוי שיווקי אלא מנוע צמיחה של ממש** שצפוי להמשיך ולחזק את מעמדה של החברה בתעשיית השייט העולמית.

ברוכים המצטרפים לקבוצת הפייסבוק "קרוז תלום של הפלגה" הייחודית בעולם הקרוזים. למעלה מ-16,000 חברים

הצטרפו לקבוצת הוואטסאפ "**קרוז אין-חדשות חמות מהים**"

חפשו אותנו גם **בטלגרם**

.There are no comments yet