

INTERNET E SOCIAL NETWORK: TURISMO, RIVOLUZIONE DIGITALE

11 Ottobre 2012

L'AQUILA - La Regione Abruzzo sceglie il web e i social network per comunicare l'offerta turistica del proprio territorio nei mercati esteri.

L'Abruzzo lancia sei siti internet interattivi partendo da Gran Bretagna, Francia, Germania e Olanda e, a breve, anche nel Nord Europa con Svezia e Norvegia.

Nuove interfacce in lingua accolgono gli utenti per una comunicazione più facile, immediata e attiva che diventa anche amichevole grazie all'utilizzo dei maggiori social network internazionali come ad esempio: *Facebook, Pinterest, Twitter, Foursquare*, e network specifici per i Paesi come *Studivz* in Germania, *Skyrock* in Francia, *Hyves* in Olanda.

In questo modo le informazioni viaggiano molto più velocemente e il bello è poterle raccontare subito ai propri amici direttamente dal cellulare o dal tablet.

"In linea con i nuovi modi di fare comunicazione e promozione sempre più 'digitale' e orientata ai social network - sottolinea l'assessore al Turismo Mauro Di Dalmazio - l'Abruzzo turistico imprime alle proprie azioni un approccio imprenditoriale orientato all'utilizzo delle più recenti strategie di social media marketing, basando le proprie scelte anche sul cambiamento avvenuto nel comportamento del turista che sempre più cerca informazioni o prenota online il proprio viaggio".

"Queste nuove attività web 2.0 - spiega l'assessore - sono una parte importante delle strategie di promozione del turismo in Abruzzo, e in particolare per la valorizzazione dei territori montani del programma Por-Fesr".

La promozione del territorio abruzzese si rivolge all'ambito nazionale e all'estero con una costante attività redazionale che crea contenuti nuovi, vivacizza la conversazione nelle community, risponde alle domande degli utenti e stimola la condivisione di esperienze presentando un prodotto turistico eterogeneo di forte appeal ambientale, una destinazione unica per tutte le vacanze che si possono desiderare: dalla montagna al mare, dal relax alle attività sportive passando per enogastronomia, percorsi culturali, religiosi per una fruizione 365 giorni all'anno.

Uno studio pubblicato da Social Media Examiner, il più ampio magazine online dedicato ai social media, che ha coinvolto più di 3800 marketer, ha rivelato che il 94% di loro impiega i social media per scopi di marketing e che l'83% di questi sono stati importanti per i risultati di business, soprattutto nel favorire la popolarità del brand, accrescere la visibilità (85%) e costruire un dialogo diretto con i clienti, fidelizzandoli (58%).