

PROMOZIONE TURISTICA: L'ABRUZZO PUNTA SUI SOCIAL NETWORK

13 Luglio 2019



PESCARA – Smart Ambassador, Instant Win, Game Contest, Campagne Google e Facebook Ads: sono tante le iniziative di animazione e promozione attivate dall'Assessorato al Turismo della Regione Abruzzo per lanciare e promuovere sul digitale l'estate in Abruzzo.

Le 5 campagne di Google Ads (attive sui temi mare, vacanza attiva, montagna) hanno prodotto oltre 6,4 milioni di impression. Sui canali social le 8 campagne attive hanno ottenuto una copertura di 1,3 milioni di persone e oltre 2 milioni di impression.

Ottimi risultati anche per l'instant win #Abruzzosummerdays: oltre 3 mila le iscrizioni e c'è tempo fino al 17 luglio per vincere gadget e partecipare all'estrazione di un fine settimana per due persone in un borgo o in una città d'arte abruzzese.

Pronto a partire anche il game contest "Che turista sei?" che permetterà agli iscritti di delineare il proprio identikit di turista attraverso domande a risposta multipla (cult, wild, smart e tasty), con la possibilità di scaricare un itinerario abbinato al profilo ottenuto.

Anche in questo caso, gli iscritti parteciperanno all'estrazione di un premio finale: due weekend per 2 persone in due località abruzzesi (una di mare e una di montagna). Sono oltre 250, poi, le candidature pervenute per diventare "Abruzzo Smart Ambassador".

I profili che saranno valutati come idonei andranno ad animare il blog di *abruzzoturismo.it* e i canali social ufficiali e potranno partecipare a eventi e attività formative legate al turismo.

"Sarà presto avviata una fase di condivisione con gli operatori turistici della regione delle informazioni emerse dall'analisi dei dati delle campagne in atto", sottolinea l'assessore al Turismo della Regione Abruzzo Mauro Febbo.

"Tali analisi relative a profilazione degli utenti, tipologie di richieste di prodotti turistici e interessi da loro espressi serviranno ad adattare l'offerta ai gusti e alle intenzioni di viaggio dei turisti dell'ultima ora, considerando che un 60% di indecisi non ha ancora scelto la destinazione per le vacanze estive".