

Con 'Influencer per Caso' i clienti di Settemari si trasformano in reporter

notizia pubblicata **03 Luglio 2019** alle ore **10:20** nella categoria **Tour operator**



Settemari sta puntando sui social per dare sempre più forza alla distribuzione facendo crescere l'affezione per il brand da parte dei viaggiatori. Dopo le esperienze dei Settemari Social Trotter e dei Settemari Storyteller, diventati case studies per il tasso di innovatività e il forte engagement generato, con il lancio di 'Influencer per caso', la divisione marketing del TO guidata da Chantal Bernini, in collaborazione con True Company, scrive un altro capitolo della rivoluzione social in ambito turistico firmata Settemari.

Al centro dell'iniziativa 'Influencer per caso' saranno i contenuti video e fotografici sviluppati dai viaggiatori Settemari che, raccontando in prima persona la loro esperienza, avranno la possibilità di vederli pubblicati sui canali social di Settemari, trasformandosi, appunto, in influencer per caso.

"Ogni cliente presente in un Settemari Club diventa un potenziale reporter della propria vacanza, un ambasciatore dei nostri principi e valori, un tramite attraverso cui i nostri villaggi si raccontano al mondo attraverso le emozioni che il viaggio stesso trasmette", afferma Chantal Bernini, marketing manager Settemari.

E visto che alla base dell'autenticità dell'interazione con il cliente ci deve essere uno scambio non fittizio e coinvolgente, punto di partenza di 'Influencer per caso' è proprio l'avvio della vacanza nei Settemari Club. Al loro arrivo, i clienti ricevono informazioni in merito all'iniziativa e durante un momento dedicato vengono invitati a partecipare dallo staff di animazione che consegna loro una cartolina con tutti i dettagli. Dopo

aver identificato che tipo di influencer desiderano essere, scegliendo tra le categorie Family, Fashion, Fitness, Food, Fun e Nature, nel corso della loro permanenza scattano foto e girano video tematici.

Una volta raccolto il materiale e selezionato, si registrano sul sito influencerpercasosettemari.it, caricando in una sezione ad hoc i video e le foto prescelti, che potranno essere personalizzati con speciali cornici legate alle differenti tipologie di influencer per poterli condividere sui propri canali social, associandoli agli hashtag #influencerpercaso e #settemari. I materiali più belli saranno pubblicati sui canali social di Settemari e anche nella sezione foto e video del sito, visibile a tutti.

Doppia importante valenza quindi, per questa iniziativa: viralizzare i contenuti associati a Settemari incentivando chi li ha creati a postarli sui propri canali, utilizzare proprio questi contenuti per dare autenticità e appeal allo storytelling dei canali gestiti da Settemari.

“Il mondo social si evolve con ritmi serrati che richiedono una grande capacità di visione e abilità nel pensare per step concatenati. Fin dai primi progetti ci è stato chiaro che la vera forza della comunicazione social passa attraverso la sua capacità di essere autentica ed engaging. Se non si ingaggiano le proprie buyer personas, le azioni rimangono vuotamente autoreferenziali. In questi anni abbiamo preparato il terreno, accorciando ogni volta le distanze tra noi e i nostri ospiti fino a questa operazione in cui lo storytelling di Settemari coincide con quello di chi è ospite dei SettemariClub. L'utilizzo di Users Generated Contents è preziosissimo poiché, da un lato, trasmette autenticità e, dall'altro, in operazioni come questa è estremamente gratificante per i clienti”, commenta Chantal Bernini, marketing manager Settemari.

Al fine di incentivare la partecipazione e gratificare l'impegno dedicato alla creazione di foto e video, tutti gli iscritti prenderanno parte all'estrazione di tre soggiorni presso i Settemari Club Viva Azteca in Messico, il Twiga Beach in Kenya e il Settemari Prime Santo Stefano Resort in Sardegna. La valorizzazione di 'Influencer per caso' passerà, inoltre, attraverso un piano strategico di azioni combinate che prevede una campagna lanciata sui canali social di Settemari, una pagina dedicata nella prossima edizione del catalogo dell'operatore e la distribuzione di cartoline informative in tutti i Settemari Club.

“Siamo davvero molto soddisfatti di questa nuova iniziativa e di aver trovato ancora una volta il modo di influenzare positivamente potenziali clienti, gratificando quelli che già ci hanno scelto, testimonials in prima persona della bellissima vacanza firmata Settemari che stanno vivendo”, conclude Chantal Bernini.

www.settemari.it