

COMUNICATO STAMPA

Vacanze 2.0 per promuovere il turismo in Calabria.
Iperclub "adotta un Blogger" e lancia il "live blogging"

L'idea innovativa di Dario Salvelli, studente di ingegneria elettronica ed esperto di social media, mira a favorire il passaparola e a migliorare la reputazione on line.

Roma, 26 agosto 2009 – Il turismo on line continua a tirare, ad avvicinare sempre più consumatori al web -gli internauti italiani sono 22 milioni pari al 42% della popolazione- e a confermarsi tra i principali vettori per il settore dell'e-commerce nel nostro Paese, catalizzando oltre il 50% del valore delle transazioni effettuate. Ma ai consumatori non interessa soltanto acquistare ovvero effettuare una prenotazione on line. Per l'85% degli internauti la Rete è la principale fonte di informazioni su prodotti e servizi mentre il 79% acquista prodotti nei punti vendita dopo aver indagato on line. Nel turismo, in particolare, chi naviga è sempre più attento a ricercare anche commenti e recensioni in modo da poter scegliere con tranquillità e sicurezza la propria vacanza: una località, una spiaggia, un hotel, un villaggio, un residence, un agriturismo oppure un pacchetto di viaggio, un centro benessere, un volo...

Analizzando questa forte influenza che la Rete esercita sulle decisioni di acquisto dei consumatori, Iperclub SpA ha deciso di inaugurare un nuovo modo di comunicare dando vita al primo esperimento in Italia di "live blogging" da un villaggio turistico.

L'obiettivo è di far uscire il blogger dal web per fargli conoscere dal vivo un comprensorio attraverso una esperienza immersiva che gli permetta di restituire al popolo della rete un'immagine, il più fedele possibile, di quello che offre il territorio che ospita un specifico villaggio turistico, di cosa piace e anche di cosa non piace ai vacanzieri ed, infine, di chi lavora tutta l'estate a contatto con migliaia di clienti, tutti con esigenze diverse. Non si tratta della solita pubblicità autoreferenziale ma di un modo nuovo e coraggioso di costruire la reputazione on-line, a tutto vantaggio dei clienti, che Iperclub SpA ha deciso di adottare accettando la sfida di esporsi al giudizio imparziale di un blogger. Il tutto valorizzando l'offerta del territorio in modo da promuoverlo in quanto risorsa per il Paese.

Come nasce l'idea del "live blogging"?

A fine luglio Dario Salvelli, 26 anni, studente di ingegneria elettronica, blogger ed esperto di social media, lancia sul suo blog una proposta a tutte le aziende che lavorano nel settore turistico e che prevede l'ospitalità in un loro villaggio per una settimana in cambio di un'attività di "live blogging". Di fatto Salvelli chiede di poter girare liberamente per il villaggio in modo da raccogliere sensazioni, pareri e valutazioni da pubblicare sul suo blog (dariosalvelli.com) e su quello dell'azienda (iperclubtravelblog.com) ma anche sui principali social media come Twitter, Facebook, Flickr, YouTube e Tumblr. L'esperimento, quindi, permetterà a tutti gli internauti di leggere i post di Salvelli e di vedere le foto ed i video che descrivono in modo oggettivo e trasparente il villaggio turistico, ma anche di accedere alle interviste o video interviste allo staff dell'animazione e ai villeggianti ospiti della struttura. Lo scopo è di sfruttare le potenzialità del

web 2.0 per avvicinare realmente i clienti all'azienda aprendo un canale di comunicazione alternativo.

Dall'idea di Salvelli nasce, in tempi record, la collaborazione con Iperclub, innovativo tour operator che, negli ultimi anni, ha deciso di riposizionarsi in modo netto puntando sull'online, e che oggi coglie la sfida offrendo al blogger una settimana di vacanza gratis, dal 22 al 29 agosto, presso il Sant'Andrea Hotel Club a S. Andrea dello Jonio. Si tratta di uno dei più prestigiosi complessi turistici della Calabria immerso in una pineta secolare, in uno dei punti più selvaggi e spettacolari della costa jonica, ed organizzato in Formula Club con un ricco programma di animazione per adulti e bambini nonché numerose attività sportive.

<<Con l'esplosione del fenomeno dei blog -dichiara Stefano Mosetti, responsabile comunicazione Iperclub Spa- chiunque può pubblicare una pagina web che contiene opinioni e giudizi su un prodotto, un brand o un territorio. Per costruire la propria reputazione on line, difendere la credibilità e aumentare la visibilità le aziende devono comprendere le potenzialità dei *social media*, utilizzati dai motori di ricerca come fonti autorevoli di informazioni, cambiare linguaggio e, soprattutto, essere proattive in modo da dialogare in modo costruttivo con i consumatori, stimolando i loro feedback ed accettando anche eventuali critiche>>.

Il Blogger Dario Salvelli dopo aver saputo che la sua proposta era stata accettata dalla direzione di Iperclub Spa ha commentato: <<Può servire e bastare il cosiddetto "buzz", il passaparola online che si sviluppa attraverso il mondo delle recensioni dei prodotti, se non ci sono anche dei contenuti interessanti? Si parla molto di promozione turistica ma su Internet si deve e si può fare di più mostrando le bellezze del nostro Paese. La settimana di live blogging servirà anche a questo, a descrivere una struttura turistica, uno scorcio del Sud che si affaccia sul mare Jonio alla scoperta di usi, costumi e misteri. Inoltre, mi piacerebbe capire tra gli ospiti del villaggio quante famiglie e ragazzi usano Internet, magari anche in vacanza, qual è il loro rapporto con la tecnologia e mostrare le potenzialità del Web. Perché prima del digital divide c'è ancora un grosso scoglio da superare: una barriera culturale che parte dall'alfabetizzazione informatica e dunque dalla scuola>>.

Iperclub Spa

Iperclub SpA, con un fatturato di oltre 70 milioni di euro ed un organico di circa 1000 persone è un'azienda-laboratorio fondata sull'innovazione e proiettata nel futuro del marketing promozionale e del turismo promozionale nel nostro Paese.

Da 14 anni è il leader nel settore del promotion marketing con i prodotti Buono Vacanza, Iperclub Travel Card, Vacanza Più e, nel turismo, per quanto riguarda il Mare Italia, grazie alle gestioni alberghiere e alle forti acquisizioni nelle modalità di vuoto per pieno.

L'azienda conta oltre 30.000 aziende clienti e, ogni anno, più di 250.000 persone prenotano una vacanza con Iperclub.

Per informazioni:

Stefano Mosetti

06.30.30.33.03

366.66.76.059

s.mosetti@iperclub.it

www.iperclub.it