

DAL 1965 IL QUOTIDIANO DELLE AdV

home | chi siamo / about us | pubblicità / advertise | webTV | newsletter | @

## agenzia di viaggi

28 Settembre 2009 - 14:39

L'Annuario AdV 2009  
database del  
turismoConsultazione  
gratuita.Cerca la persona **new**

Ricerca rapida per rubrica

Selezionare...

Ricerca avanzata

Viste Globali

L'AGENZIA DI VIAGGI,  
IL GIORNALE

- > Ultimo numero
- > Archivio
- > Ricerca avanzata



GLI SPECIALI

- Gli speciali de l'Agenzia di Viaggi
- gli unici per Adv: Paesi e Prodotti
- > Archivio

NEWSLETTER

- > Iscriviti



lagenziadiviaggi.tv

ANNUNCI DI LAVORO

- > Direzione Tecnica
- > Direzione Tecnica
- > Tirocinante
- > *Elenco completo*

OFFERTE TURISTICHE

- > Dal 19-06-2009 al 30-09-2009  
Calabria - Capo Vaticano  
Resort
- > Dal 19-06-2009 al 30-09-2009  
Corsica - Hotel & Spa des  
Pecheurs
- > Dal 19-06-2009 al 30-09-2009  
Mongolia

## Iperclub in 'live blogging'



Vista la potenza crescente e provata del socialnetworking – dal singolo blog ai grandi social media – nella costruzione e diffusione dell'immagine di un qualsiasi brand commerciale, Iperclub passa ai fatti.

Il gruppo di Gianfranco Conte ha accolto la proposta di Dario Salvelli, ventiseienne studente di ingegneria elettronica ed esperto di social media, creando di fatto il primo esperimento in Italia di "live blogging" da un villaggio turistico.

Salvelli è stato ospite per una settimana, dal 22 al 29 agosto, del Sant'Andrea Hotel Club a S. Andrea dello Jonio – costa ionica della Calabria, in Formula Club – raccogliendo tra gli ospiti sensazioni, pareri e valutazioni da pubblicare sul suo blog ( <http://www.dariosalvelli.com> ) e su quello dell'azienda ( <http://www.iperclubtravelblog.com> ), ma anche sui grandi social media: Twitter, Facebook, Flickr, YouTube e Tumblr.

L'esperimento consente così a tutti i frequentatori dei social network di leggere i post di Salvelli, di vedere foto e video che descrivono in modo oggettivo e trasparente il villaggio, ma anche di vedere interviste e video-interviste allo staff di animazione e agli ospiti.

Il che consente a Iperclub di sfruttare tutte le potenzialità del web 2.0 per avvicinare realmente i clienti all'azienda, su un canale di comunicazione alternativo.

«Con l'esplosione del fenomeno dei blog – spiega Stefano Mosetti, responsabile comunicazione Iperclub Spa – chiunque può pubblicare una pagina web con opinioni e giudizi su un prodotto, un brand o un territorio. Per costruire la propria reputazione online, 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. Bisogna cambiare linguaggio e soprattutto essere proattivi, per dialogare in modo costruttivo con i consumatori, sollecitando il feedback e accettando anche eventuali critiche».

Perché, come sottolinea lo stesso Salvelli, non basta il cosiddetto "buzz", il passaparola online nel mondo delle recensioni dei prodotti, a sostenere un brand, se non è sostenuto da contenuti interessanti: «La settimana di live blogging serve anche a descrivere una struttura, uno scorcio del Sud sullo Jonio alla scoperta di usi, costumi e misteri».

L'iniziativa verrà presentata durante il convegno "Travel 2.0 o Spaghetti 2.0" il 25 settembre nell'ambito della fiera NoFrills a Bergamo.

<http://www.iperclub.it>