

## TOUR OPERATOR FLORENTIA – NUOVO PIANO MARKETING

### Prodotto:

- Visite guidate ed informazioni storico-culturali.

### Obiettivo:

- vendita dei pacchetti di visite guidate
- farsi conoscere ed avvicinare utenti che possano diventare clienti.
- Capire e conoscere i bisogni e le necessità dei clienti già presenti e di quelli futuri

### Pubblicità:

- Sponsorizzare sui social per mostrare le attività svolte, come foto o video realizzati durante un tour con un gruppo ed indicare i luoghi di riferimento.
- Creare contenuti online per incuriosire l'utente che non ci conosce. Quindi post con testo ed immagini o video con curiosità e/o caratteristiche delle attività compiute.
- Ideare sponsorizzate per un target specifico in base all'attività svolta/da svolgere. Per esempio, se l'attività riguarda i bambini, si userà come target di riferimento i genitori con figli compresi in un determinato range di età.
- Convincerlo ad essere sempre aggiornato, facendo sì che si iscriva alla newsletter per nuovi contenuti, curiosità, attività ed eventi promossi del brand. Specificare che l'iscrizione porterà anche a vantaggi esclusivi, come sconti specifiche e priorità di prenotazione per i vari eventi.

### Prezzo:

- Necessariamente flessibile.
- Creare sconti esclusivi per chi si è iscritto o abbonato, attività extra gratuite, e/o ricevere contenuti extra tramite newsletter.
- Sconti speciali per chi si prenota entro un tot. di tempo

## STRATEGIA

Essendo ogni social diverso, bisognerà studiare attentamente la tipologia di utenza che ci segue su quel determinato social network. Capiremo quindi i vari tipi di target presenti in ognuna (età, distribuzione sul territorio, interessi, ecc...) tramite delle attente analisi, e faremo contenuti specifici.

Effettuare una prima sponsorizzata facendo conoscere il brand ed i servizi che offre. Rendere il post interattivo parlando in prima persona con l'utente che sta visualizzando il post, chiedendo per esempio quali attrazioni vorrebbero visitare o se ha particolari attività che vorrebbe svolgere, in modo da indicare il pacchetto che più si addice alle sue richieste. La sponsorizzata sarà targettizzata, come accennato precedentemente, su un pubblico specifico. In questo caso, per esempio, ci rivolgeremo a chi si interessa alla cultura ed alle attività all'aperto. Spronarli anche a seguire il brand sulle varie piattaforme social, in modo da rimanere sempre aggiornati sulle nuove attività, o quelle nel prossimo futuro. Sottolineare di iscriversi alla newsletter per poter usufruire di sconti esclusivi, la partecipazione ad attività specifiche ed altri vantaggi. Specificare poi di visitare il sito web per poter usufruire immediatamente delle sconti che ci sono, e per poter acquistare direttamente da lì i pacchetti che si preferisce.

Effettuare in seguito una seconda sponsorizzata in cui si postano le attività svolte, mostrando alcuni dei momenti più positivi dell'evento in questione, e spiegando cosa si è fatto. Rimandare anche sul sito del brand per avere maggiori informazioni sui percorsi e sui punti di ritrovo. Anch'essa avrà un target ben preciso per far sì che la visualizzazione avvenga da utenti che possano essere realmente interessati a quella specifica attività. Ricordare sempre di seguire sui social e di iscriversi alla newsletter per rimanere sempre aggiornati e di usufruire dei numerosi vantaggi. Indicare il sito web (inserendo il link nel post) per avere maggiori informazioni, tutti i contatti, e poter prenotare/acquistare direttamente online.

Oltre le sponsorizzate, il brand dovrà attenersi ad una pubblicazione di contenuti sui social media costante, che vadano ad aumentare l'interesse dell'utente, per far sì che l'utente capisca che otterrà un'esperienza interattiva e completa di informazioni e curiosità.