


FLORENTIA

FIRENZE

Strategia Marketing

La strategia Marketing che vi presento ha come obiettivo principale quello di coinvolgere gli utenti social e web con interessi per il tema viaggio, turismo, arte, città d'arte.

Strumenti

		
Newsletter	Sito web	Social Media
Creazione di una newsletter mensile con aggiornamenti su eventi in città, curiosità e promo specifiche per determinati periodi	Costante aggiornamento del sito web con possibilità di richiesta di informazioni, preventivi e consigli di viaggio	Coinvolgimento degli utenti con foto e video delle esperienze, invito alla condivisione dei clienti in linea con gli interessi dei possibili contatti

Spiegazione delle esperienze proposte

- Proporre esperienze uniche e sempre diverse, con offerte interessanti che soddisfino il bisogno dei clienti e involino i contatti coinvolti
- Produrre contenuti di intrattenimento e informazione riguardo al tema scelto
- Distinguere le offerte in base alla portata delle esperienze:
- Base per clienti con low budget che vogliono comunque vivere a pieno le possibilità che offre la città di Firenze
 - Regular soprattutto per famiglie e clienti che hanno determinate necessità a livello di confort, come hotel o ristoranti

- Premium per chi vuole un'esperienza di lusso, quindi oltre al tour della città e dei musei anche proposte di livello superiore come spa e ristoranti stellati

Gestione del prezzo

Prezzi competitivi e adeguati alla clientela

Distinguere il cliente che ha già partecipato o che è iscritto alla newsletter dal contatto che ha dimostrato interesse ma che non ha ancora finalizzato l'acquisto

Nuovo cliente	Cliente da mantenere
Proposta accattivante con tutto il servizio di assistenza necessario e prezzo pieno	Promozioni dedicate (sconto del 10/15%) con iscrizione alla newsletter o a seguito di una recensione dopo aver usufruito del servizio proposto

Social Media

Coinvolgere in base agli interessi

Grazie agli strumenti di tracciamento usare il linguaggio adatto ai contatti generati

Facebook: produzione di contenuti visivi e copy accattivanti per invogliare i contatti a leggere le esperienze proposte per saperne di più

Instagram: contenuti fotografici e video ad hoc per coinvolgere e far interagire i contatti, pulsanti cliccabili per le richieste di informazioni e invito a consultare il sito o contattare l'agenzia per finalizzare la conversione

TikTok: contenuti dinamici e divertenti per un pubblico più giovane

KPI

- Brand awareness: rinnovo del logo, dei profili social e del sito web (renderlo mobile friendly per agevolare la ricerca da tutti i dispositivi e migliorare la posizione SEO)
- Ottimizzazione del CTR: utilizzo di parole chiave strategiche e invito all'azione intuitivo
- Engagement: invitare i clienti che hanno partecipato alle varie esperienze a lasciare delle recensioni e condividere foto e video per aumentare commenti e rendere le varie pagine più coinvolgenti
- CLV: customer lifetime value, aumentare sempre il valore dei clienti fidelizzato per far sì che portino altri clienti o che continuino ad acquistare