

# Social network, la promozione di «iSite»

TRENTO — La promozione turistica passa per il web. Meglio ancora, per i social network, dove la visibilità è maggiore e con un solo click si raggiungono facilmente milioni di potenziali clienti. A saperlo bene le Apt e in particolare quella di San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi per la quale il Gruppo iVision — che comprende anche la trentina iSite, nata dall'incontro fra iVision e Invisible site — ha elaborato una campagna di comunicazione per la stagione invernale. Punta di diamante delle iniziative un concorso on line cui si accede dal sito e dalla pagina facebook dell'Apt e che promette, previa estrazione, di distribuire agli utenti regali di tutto rispetto — una settimana bianca per 2 persone, un weekend per 2 compreso di ski-

pass e, ancora, skipass settimanali e giornalieri — da usare nel comprensorio di San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi.

«Abbiamo seguito la comunicazione e la gestione del concorso oltre all'aspetto tecnico e amministrativo — spiega Matteo Macoratti, amministratore delegato di iSite — e ora stiamo lavorando allo sviluppo di soluzioni software sempre più avanzate per Apt e operatori turistici, che vanno dai portali alle app, ai sistemi interattivi, per aumentarne la visibilità». Il concorso fa parte di una campagna di comunicazione più ampia: «Per San Martino di Castrozza ci siamo dedicati per la prima volta anche allo sviluppo di video promozionali per le campagne estere — fa sapere Macoratti, che conti-

nua — si tratta di materiale che è già visibile su Youtube ad esempio per la Polonia».

Ormai è fondamentale per la presenza sul mercato seguire il web e avere della pubblicità mirata e dinamica sui principali social network: il marketing si fa anche e soprattutto on line. «Anche le linee guida di Trentino sviluppo — spiega Macoratti — considerano



**Macoratti**  
Le aziende si stanno strutturando: occorre rafforzare la cultura digitale

la presenza sul web fondamentale e le Apt si stanno strutturando in modo da rafforzare la cultura del digitale necessaria ad acquisire nuovi lead, ossia contatti di potenziali clienti». Le Apt sono rimaste finora un po' indietro: «Stiamo facendo incontri con quelle che sono nostri clienti per capire assieme a loro cosa funziona e cosa no e soprattutto come si può comunicare al meglio, e a una platea più ampia possibile, la qualità dell'offerta turistica del proprio territorio al fine di attrarre visitatori». Il metodo è quello di aumentare la visibilità, soprattutto attraverso i social network. «Il brand awareness (diffusione del marchio, ndr) è molto importante — sottolinea l'ad — soprattutto per avere contatti con i potenziali clienti finali che si dichiarano interessati al tu-



**iSite** L'ad Matteo Macoratti e il vicepresidente Paolo Passamani

rismo sul territorio, ad esempio iscrivendosi alla pagina facebook e seguendo le sue attività». In quest'ottica l'idea del concorso on line è stata vincente: «Prima della pubblicazione del concorso — spiega infatti Macoratti — avevamo meno di 1000 contatti su Facebook, mentre nel giro di una settimana siamo arrivati a più di 2200 e ora ogni giorno tra le 100 e le

200 persone cliccano "mi piace" sulla pagina dell'Apt di San Martino di Castrozza».

Per partecipare al concorso basta collegarsi al sito o alla pagina facebook dell'Apt entro il 7 gennaio 2014, cliccare sull'applicazione "smart&free" e seguire le istruzioni.

**Sara Santolini**