

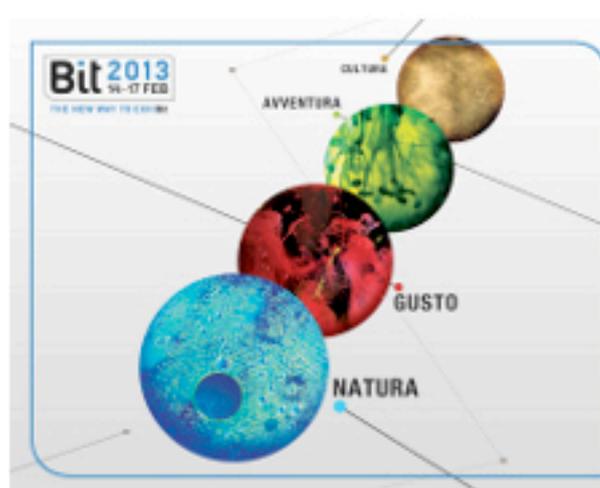
Sezioni
[Agenda](#)
[Associazioni](#)
[Beyond](#)
[Corporate Identity](#)
[Direct Marketing](#)
[Promozioni](#)
[Relazioni Pubbliche](#)
[Sponsorizzazioni](#)
[Inchieste](#)
[CSR](#)
[Educational](#)
[Eventi](#)
[Gare](#)
[Internet](#)
[Marketing](#)
[Media](#)
[Off the records](#)
[Persone](#)
[Premi](#)
[Pubblicità](#)
[Rassegna Stampa](#)
[Worldwide](#)
[Home](#) > [Beyond](#)

Con Iaki il brand engagement anima BIT 2013

26/11/2012

Un progetto di comunicazione integrato sviluppato dall'agenzia per la Borsa Internazionale del Turismo, che mira a creare non solo un'esperienza memorabile all'evento, ma ad anticiparla attraverso una **strategia social media** che crei interesse nei mesi precedenti.

Fiera Milano sceglie **IAKI** per sviluppare il potenziale di engagement di uno degli eventi più importanti per il mercato del turismo: la **Borsa Internazionale del Turismo**.



Il progetto sviluppato dall'agenzia mira a creare non solo un'esperienza memorabile all'evento, ma ad anticiparla attraverso una **strategia social media** che crei interesse nei mesi precedenti. L'applicazione **"Che viaggiatore sei?"**, infatti, permette di scoprire qual è la propria naturale

propensione verso i vari mondi del turismo: la cultura, l'avventura, il gusto e la natura. L'interazione con l'applicazione è immediata e divertente: 300 vignette disegnate da **Makkox** che raccontano curiosità di viaggio provenienti da tutto il mondo. Semplicemente scegliendo le proprie preferite, l'applicazione identificherà a quale profilo di viaggiatore si è più affini.

Questa attività anticipa l'esperienza vera e propria alla Fiera, in cui delle installazioni permetteranno di visitare virtualmente questi quattro mondi del turismo e dirigeranno i visitatori verso gli stand in cui scoprire come vivere davvero le esperienze che hanno scelto.

Le due parti di progetto sono legate anche da un **concorso**, che premierà i giocatori sia in modalità instant win, che estraendo tra tutti i viaggiatori che porteranno alla BIT il proprio profilo quattro viaggi per due persone nei mondi della cultura, dell'avventura, del gusto o della natura.

Le due parti di progetto sono legate anche da un **concorso**, che premierà i giocatori sia in modalità instant win, che estraendo tra tutti i viaggiatori che porteranno alla BIT il proprio profilo quattro viaggi per due persone nei mondi della cultura, dell'avventura, del gusto o della natura.

In questo progetto, tutte le competenze di IAKI convergono su un unico obiettivo: rendere BIT 2013 un evento coinvolgente. Dalla ricerca di partner di co-marketing, per individuare premi che facciano vivere già la suggestione del viaggio, allo sviluppo di centinaia di contenuti editoriali che valorizzano la varietà degli espositori della fiera, per terminare con installazioni all'evento di alto livello, che non sia solo affascinante ma che coinvolga i visitatori secondo i principi del marketing esperienziale.

MF