

Bit 2013 firma la nuova campagna di engagement

“Che viaggiatore sei?” Da oggi questa frase è un modo intelligente e divertente per scoprire che tipo di viaggiatori siamo.

Questo il filo rosso della nuova campagna di brand engagement lanciata oggi da Bit – Borsa Internazionale del Turismo. Per coinvolgere ancora di più il suo affezionato pubblico: con un gioco-quiz Facebook e una campagna di comunicazione italiana e internazionale.



Bit 2013
14-17 FEB

THE NEW WAY TO EXHIBit

L'operazione è stata disegnata e condotta in collaborazione con IAKI, agenzia specializzata nel brand engagement e social media marketing, che segue ogni aspetto creativo e produttivo del progetto.

Nell'applicazione Facebook, basta scegliere la propria preferita in una serie di coppie di 300 curiosità – ad esempio, tra “La torre Eiffel è 15 cm più alta d'estate” oppure “In cima all'Everest c'è copertura 3G” – e il gioco-test dell'app FB ci guida verso il ‘Pianeta’ più consono a noi tra quattro proposte: Natura, Avventura, Cultura e Gusto. Le curiosità di viaggio, basate sulle realtà presenti a Bit 2012, sono illustrate dal vignettista Marco D'Ambrosio, in arte Makkox, che disegna per Internazionale, Il Post e Liberazione. Il suo blog, makkox.it, è uno dei più seguiti in Rete.

L'applicazione è utilizzabile anche da dispositivi mobile (smartphone e tablet). Chi risponde online al gioco-test può vincere subito 250 premi tra guide turistiche, borse da viaggio e altri gadget legati al mondo del viaggio. Stampando il risultato del proprio quiz e portandolo in Bit, inoltre, parteciperà all'estrazione finale di quattro viaggi per due persone in mete ispirate ai quattro profili di viaggiatore.

Durante la manifestazione il gioco-quiz si trasforma in una vera e propria guida mobile che usa i dati raccolti durante il gioco per suggerire percorsi di visita personalizzati. Sul sito, una sezione dedicata permetterà alle Agenzie di Viaggi di coinvolgere i propri clienti e, con un sistema di votazione online, farsi eleggere migliore agenzia dell'anno.

L'applicazione è supportata da iniziative di marketing virale, quali la pubblicazione automatica di album fotografici, giocate e risultati, e condivisione con gli amici Facebook e su Twitter e Pinterest. **Una campagna media italiana e internazionale coinvolgerà stampa di settore e generalista, digital advertising e attività di influencer marketing.**