

TESTATA

Publicom Now

DATA USCITA

24 lug 2024

SOGGETTO

Best Western

BRAND STRATEGIES

Best Western Italia con laki cambia modo di comunicare e registra risultati in forte crescita

Passare da un approccio top-down a uno bottom-up e mettere l'esperienza del visitatore al centro della comunicazione per raggiungere target differenti. Questi gli obiettivi che la catena alberghiera internazionale BWH Hotels ha chiesto a laki per realizzare contenuti ingaggianti sui social del brand Best Western in Italia. Punto centrale della strategia è stata l'apertura di un canale TikTok che ha visto il coinvolgimento di creator già consolidati nel settore travel e la realizzazione di una campagna di influencer marketing con shooting mirati presso gli hotel con un duplice obiettivo: raccontare gli asset valoriali distintivi di Best Western, come comfort ed elevati standard di qualità, e valorizzare le peculiarità delle singole strutture. Una strategia che



ha registrato risultati significativi e che ha visto la fan base aumentare notevolmente. Da ottobre 2023, mese in cui è stato aperto il canale TikTok, la pagina ha

ottenuto 6,7 milioni di impression, 6,6 milioni di visualizzazioni e una copertura di 1,7 milioni di utenti. Su Instagram e Facebook, social dove il brand era già pre-

sente, la strategia di laki ha registrato +90% dei follower e +300% delle visualizzazioni su Instagram, con un engagement rate del +200% e del +120% su Facebook.