

BRIEF CAMPAGNA ADV 2022/2023

Brief

Quella del 2022 sarà la campagna di promozione digitale della destinazione Toscana nell'anno in cui la prospettiva è un affrancamento dalle limitazioni del contesto pandemico. Negli ultimi due anni le continue aperture e chiusure legate all'andamento della pandemia da Covid-19 hanno ridisegnato il settore del turismo e del travel: l'accelerazione dei processi di trasformazione digitale; una ridotta libertà di movimento in Italia, in Europa e nel mondo; nuove abitudini di acquisto e ricerca di ispirazione per il prossimo viaggio e un aumento di complessità dell'intero settore.

In questo scenario visittuscany.com è alla ricerca di un partner strategico che sia in grado di guidarla e accompagnarla nell'ideazione, progettazione e gestione delle campagne di promozione digitale della destinazione Toscana nel biennio 2022/2023.

Per questo 2022 siamo orientati verso la costruzione di una campagna che includa attività di branding in grado di ispirare le persone, per portarle a voler conoscere meglio la Toscana o un aspetto della Destinazione più in linea con i loro sogni e desideri, ad approfondire tematiche che possano convincerle a sceglierci come destinazione del loro prossimo viaggio, e attività più orientate invece alle interazioni con i contenuti e le piattaforme che compongono il nostro ecosistema digitale, con l'obiettivo di costruire relazioni destinate a durare nel tempo.

Descrizione del servizio:

Nell'ambito dell'accordo quadro la proposta per la strategia e la gestione della campagna di digital advertising deve includere i punti di seguito elencati.

- I principali canali di digital marketing da includere sono: Google Ads (Search, Display, Video etc.), Facebook Ads (Facebook e Instagram) e Programmatic Advertising
- All'interno della proposta potranno essere integrati altri canali per le attività di digital marketing come, a titolo esemplificativo e non esaustivo, Pinterest o TikTok

Inoltre si richiedono i seguenti servizi:

1. Affiancamento nel processo di ideazione, progettazione e realizzazione delle landing page della campagna, con un approccio orientato principalmente all'esperienza utente e alle performance, includendo A/B test sugli elementi delle pagine di destinazione e delle sezioni del sito coinvolte al fine di selezionare quelle che ottengono i risultati migliori
2. Supporto all'impostazione e integrazione dei sistemi di tracciamento e di analisi delle interazioni e delle conversioni, in funzione degli obiettivi della campagna e delle metriche individuate
3. Approccio data-driven con la capacità di fornire analisi qualitative e quantitative in tempo reale e di riorientare e correggere le attività in base ai risultati e ai dati analizzati:
 - Definizione del digital marketing funnel e della customer journey
 - Individuazione e misurazione di specifici KPI
 - Reportistica e call di allineamento bimensili
 - Report qualitativo e quantitativo per ogni flight

Saranno valutati, con quotazione a parte i servizi di:

- Realizzazione/adattamento dei materiali creativi della campagna come: testi, copy, immagini e video (disponibilità a eseguire modifiche ai formati che verranno forniti, ideazione e traduzione di testi e copy, adattamento di immagini e annunci ai diversi formati pubblicitari richiesti dalle piattaforme di digital advertising)

Riferimenti dell'ecosistema digitale di visittuscany.com:

- Website: visittuscany.com
- [Facebook in italiano](#)
- [Facebook in inglese](#)
- [Instagram](#)
- [Youtube](#)
- [Pinterest](#)
- [Twitter in italiano](#)
- [Twitter in inglese](#)