

FAQ - aggiornamento 11 marzo 2022

Il sito è stato creato internamente o da un partner esterno? Riuscite a indicarci la piattaforma utilizzata e il nome dell'agenzia che lo ha realizzato?

visittuscany.com è stato realizzato con il supporto di due partner esterni: uno per lo sviluppo e uno per il design e la grafica, è basato su OpenCms

Quali sono gli obiettivi principali del sito? Quali KPI utilizzate per misurare le attività? Avete fissato un obiettivo quantitativo?

I principali obiettivi sono l'incremento del traffico, soprattutto organico e legato alle attività SEO, due misurazioni che abbiamo come obiettivo sono la profondità e la durata delle sessioni

Che CRM utilizzate? utilizzate una piattaforma per l'invio delle email?

Non abbiamo un CRM ma lo attiveremo da quest'anno, per le newsletter utilizziamo Mailchimp

Avete analisi su target/mercato che state utilizzando per orientare le attività in questo momento e sui prossimi mesi?

Non in maniera strutturata, alcuni partner con cui collaboriamo ci forniscono analisi sulle intenzioni di viaggio e prenotazioni degli utenti

Al di là dei momenti "classici" (es. Black Friday, Natale...) avete particolari stagionalità / promozioni / iniziative ricorrenti di cui tener conto durante l'anno?

Nel 2021 abbiamo avuto una stagionalità basata sui temi/flight della campagna (Firenze, mare e costa, borghi, natura e outdoor, città d'arte, new wellness)

Potete darci un'idea di massima delle landing page da realizzare? È incluso anche lo sviluppo HTML?

Possiamo valutarlo, abbiamo un fornitore che si occupa dello sviluppo, le attività riguarderanno maggiormente la parte UX-Usabilità e l'impostazione dei tracciamenti

State utilizzando un tool di tracciamento visite sul sito? Avete un tag manager attivo sul sito?

Sì abbiamo attivo Google Tag Manager

Le analisi richieste nel brief si riferiscono alle campagne media o includono anche analisi del comportamento degli utenti sul sito?

Si riferiscono all'analisi del comportamento, delle interazioni e del traffico generati dalla campagna

In passato avete realizzato analisi quali-quantitative sugli utenti attraverso tool (es. heatmap, session recordings, etc) o test con utenti reali?

Abbiamo Hotjar, lo abbiamo utilizzato per fare analisi a campione sul comportamento degli utenti nelle landing page o in altre pagine del sito

Avete come obiettivo anche quello di acquisire leads?

Può essere un'attività che valutiamo, non è l'obiettivo principale

Avete indicazioni rispetto alla priorità di interessi passioni? Natura, Cultura, enogastronomia etc?

Abbiamo una stagionalità dei temi della campagna, quelli del 2021 sono stati: Firenze, mare e costa, borghi, natura e outdoor, città d'arte e new wellness; parte di questi li utilizzeremo anche nel 2022

L'attività di adattamento creativo è da quotare a parte?

Può essere sia inclusa in una proposta comprensiva della gestione+adattamenti, sia considerata a parte

I 370.000 euro indicati sono da intendersi IVA esclusa o Iva inclusa?

Sono da considerarsi IVA esclusa

Il budget verrà direttamente pagato da voi o dobbiamo occuparci dell'intermediazione del budget anticipando i costi media?

Su Google Ads e Facebook Ads acquistiamo direttamente noi, sugli altri possiamo valutare

I mercati su cui, al momento, si ipotizza di incentrare la campagna ADV sono: Centro e Nord Italia, Germania, Francia, Olanda, Svizzera e UK. Quali sono le country più importanti per voi e se potete fornire una classifica così da comprendere al meglio la distribuzione dei budget in base al vostro desiderato?

Italia e Germania hanno un'importanza maggiore (circa il 60%) rispetto a Francia, Olanda, Svizzera e UK

Avete azioni attive per la parte di programmatic? se si quali?

Al momento non abbiamo nessuna attività su programmatic

Ipotizziamo che per il 2023 ci siano altri € 370.000, giusto?

La cifra esatta non è ancora definita, probabilmente sarà un importo simile

Il Sud Italia va escluso totalmente? Lazio ed Abruzzo possiamo considerarle come Centro Italia?

Come target geografico siamo orientati verso il centro-nord, il Lazio può essere incluso

È possibile vedere il documento pubblico / ufficiale del piano di promozione digitale (escludendo info riservate) nel 2020 e nel 2021 a cui si fa riferimento nel documento?

Sulla sezione report, ricerche e materiali di visittuscany.com è pubblicato il report della campagna 2021, da questo è da considerarsi escluso il terzo flight

https://www.visittuscany.com/export/shared/make/documenti/trsf-report-campagna-online-estate-2021_tGL.pdf

Avete pensato di sfruttare audience esterne alle piattaforme altamente qualitative come quelle Nielsen integrate sui social?

Possiamo valutare l'utilizzo di queste audience

Possiamo ritenere che sarà possibile sfruttare i pixel di tracciamento per creare audience Similar sfruttando l'algoritmo?

Sì, i pixel possono essere integrati