in Liguria: promozione maxi a costi mini

Spendere 30 mila euro per raggiungere un risultato che vale 20 milioni è un’operazione che farebbe felice chiunque. Parsimoniosi e oculati per definizione, ce l’hanno fatta i liguri. Con il solo lavoro dell’ufficio stampa e di un omologo a Londra e Monaco (i due principali mercati della regione sono Gran Bretagna e Germania), l’**agenzia di promozione turistica “in Liguria”** ha ottenuto infatti articoli e reportage spontanei che le hanno fruttato una visibilità che avrebbe potuto ottenere spendendo 20 milioni di euro. Nel corso del 2013, infatti, sono usciti “pezzi” dedicati alla regione e alle sue bellezze su settimanali e quotidiani ad altissima diffusione e di grande prestigio, in Italia e in Europa. La ricetta del successo? Puntare con sempre maggiore forza sugli strumenti social, senza però tralasciare la comunicazione tradizionale, fatta di comunicati stampa, contatti con le redazioni e organizzazione di educational mirati.