Forte Village, l’esperienza del soggiorno inizia sul web

Restyling totale per il sito del **Forte Village Resort**, il complesso composto da otto alberghi sul mare di Santa Margherita di Pula, nel sud della Sardegna. Da qualche settimana **il sito - disponibile in 5 lingue – si presenta totalmente riconcepito**, con immagini ampie, di qualità e forte impatto. La nuova piattaforma è totalmente seo-friendly e interagisce con i social network. **Il sito è completamente responsive, ossia utilizzabile da tutti i tipi di device, PC, smartphone e tablet**. Il sito è suddiviso in vari menu: da Hotel & Suite, Ville, con i dettagli della ricettività, a Ristoranti & Bar, con focus sulla ristorazione e sulle novità come il nuovo ristorante di Hell’s Kitchen; da Accademie, la sezione dedicata alle attività sportive, a Thalasso e Spa, Night & Shop, Sport e Bambini. Insomma, una sezione dettagliata e precisa per ogni possibile target. La parte dedicata ai Meeting ed Eventi è già on line, mentre entro l’estate verranno implementate ulteriori sezioni come Wedding, Testimonial (con interviste agli ospiti Vip), Destinazione, così da spingere ulteriormente l’incoming, e Social Network. L’attività sul fronte social di Forte Village Resort è importante: su Facebook si contano 13.000 utenti attivi. Aggiunti ai 1500 su Twitter e a quelli su Instagram, si sale a oltre 15.000 utenti che seguono costantemente il resort. Oltre a questi social, c’è un progetto per potenziare Google plus e mantenere gli ottimi riscontri con Vcontact legato al mercato russo. **A breve verrà lanciato anche il Magazine Digitale**. “Mi aspetto che, anche grazie a questo nuovo portale e al nostro articolato sistema di comunicazione digitale e social, si possano incrementare le visite sia da parte di clienti fidelizzati sia dai potenziali, soprattutto dai nostri principali mercati arabo, inglese, francese, russo, tedesco e italiano” afferma **Lorenzo Giannuzzi**, Direttore Generale Forte Village Resort.