Il travel secondo Facebook

Andrea Guanci, direttore marketing di Msc Crociere, ce lo aveva raccontato alla **SMW di Roma**, con un seguitissimo intervento che potete rileggere qui**,** dove parlò anche della **#navedeigiovani**. Il bis Guanci lo ha concesso al **NoFrills di Bergamo**, dove ha parlato del programma pensato per le adv e basato su **Facebook, Social media partner**, insieme proprio ai tipi di FB, che hanno inserito questo programma tra i casi di successo per la parte business del social creato da **Mark Zuckerberg**. All'incontro di Bergamo, moderato da **Massimo Rovelli, Docente di Tourism Management presso la LUISS**, ha partecipato anche **Francesca Capobianchi Emea Smb Marketing & Communications di Facebook**, che ha illustrato le diverse opportunità di promozione per le Pmi italiane del travel sul social più seguito al mondo. E lo ha fatto parlando però di una azienda, Msc, che tanto Pmi non è, visto che conta più di 2,8 milioni di fan sulla Pagina FB e, soprattutto, 1,7 milioni di passeggeri e una flotta composta da 12 unità, costruite con investimenti miliardari.

"Siamo qui a parlare della nostra positiva esperienza su Facebook – afferma Guanci – che, grazie all'iniziativa di due anni fa, quando abbiamo lanciato un'o**fferta esclusiva di una minicrociera** proprio sul social più conosciuto al mondo, ci ha inseriti ne suoi Best Success Case. Da qui abbiamo continuato a crescere su Facebook, con una strategia a 360 gradi, che ci ha portato a implementare un programma dedicato alle agenzia: il social media partner, dove le adv possono proporre ai nostri fan le loro offerte e gestire le pratiche che si vanno a generare. Altre campagne vincenti su FB la promo **Buon Compleanno**, promossa soltanto su Facebook, e la **Nave dei Giovani**".

"MSC Crociere rappresenta una best practice tutta italiana di cui siamo molto orgogliosi, poiché dimostra concretamente il valore di Facebook quale partner strategico per la promozione del travel online – spiega **Capobianchi -.** La creatività e l'entusiasmo delle piccole imprese su Facebook è davvero straordinario. Tanta passione e coinvolgimento personale dimostrano come le attività e le iniziative di marketing su Facebook possano contribuire a realizzare campagne di successo, raggiungere risultati concreti e a crescere."

Nel mondo sono oggi 30 milioni le pagine Azienda utilizzate da piccole e medie imprese in modo attivo e di questi 19 milioni, ovvero i due terzi, gestiscono contenuti e interazioni direttamente da mobile. Tante gli esempi, tra cui **BellavitainPuglia,** società di offerte e promozioni di qualità su ristoranti, hotel, villaggi vacanze, Spa, centri benessere che, grazie a Facebook ha incrementato il traffico sul

sito del 40% e le vendite del 20% o **ToucHotel**, un’app gratuita per iPhone, iPad e Android che permette di prenotare oltre 400 mila alberghi, B&B e appartamenti in tutto il mondo direttamente dal proprio smartphone. Un’app che, grazie a campagne su FB ha visto aumentare di almeno il 35% i download. Qui maggiori informazioni sulle opportunità di business con FB.