Wonderful Expo 2015, campagna digital sui social cinesi

Wonderful Expo 2015 e Fireworks, la principale agenzia digital cinese, annunciano il lancio della campagna digitale Un viaggio in Italia, che fino ai primi di maggio verrà pubblicata sui canali social cinesi wonderfulexpo2015: WeChat e Sina Weibo. Per creare la campagna Fireworks e Wonderfulexpo2015 hanno coinvolto **Lili Zhou, la turista cinese di 29 anni alla sua prima visita in Europa**, a cui è stato chiesto di raccontare attraverso foto e parole la sua esperienza di viaggio in Italia. **Zhou visiterà Milano, Torino, le Cinque Terre e altre destinazioni Expo**. Prima di realizzare la campagna, Fireworks e Wonderfulexpo2015 hanno analizzato più di 330.000 conversazioni sui social media, dati di ricerca e altre fonti per testare il grado di conoscenza e interesse verso Expo Milano 2015 e le sue Destinazioni. La ricerca mostra però l'Italia dietro la Francia, che genera più prenotazioni e più interesse come destinazione per lo shopping. Anche l'Australia supera l'Italia, ma come destinazione gastronomica. Inoltre, sembra che il 2015 non sia stato un tema di discussione molto popolare tra gli utenti internet: la moda e il calcio a Milano hanno sollevato 60 volte più interesse. "Nonostante l'elevato interesse del popolo cinese in Italia come destinazione turistica, la Cina è ancora un mercato complicato che richiede particolare attenzione. Ecco perché Explora ha deciso di aumentare le sue attività promozionali in questo mercato, in particolare per quanto riguarda i social media", spiega **Josep Ejarque**, Ceo di Explora.