Rebranding per il Dallas Conventions & Visitors Bureau: ora si chiama VisitDallas

Il Dallas Conventions & Visitors Bureau cambia nome e da questo mese sarà promosso come **VisitDallas.** Lo ha annunciato **Phillip J. Jones**, **Presidente e CEO** al meeting annuale dell'ente, tenutosi il 1° dicembre scorso. L'annuncio è arrivato dopo aver parlato dei cambiamenti nell'industria del turismo di Dallas e dell'impatto che questi cambiamenti hanno avuto sul piano strategico dell'organizzazione.

Il nuovo nome, VisitDallas, rappresenta meglio la crescita di Dallas come destinazione turistica e non solo meta d'affari. Il nome è stato presentato con un nuovo logo che da più valore al marchio esistente aggiungendo colore e movimento e un nuovo payoff: "**Big Things Happen Here**".

"È molto più facile da pronunciare. Ha un significato più immediato per i nostri clienti. Racconta meglio la nostra storia e mantiene inalterato il valore del brand, cresciuto grazie al nostro duro lavoro. Inoltre rappresenta meglio quella città raffinata, accogliente, sofisticata e vibrante che è oggi Dallas" ha detto Jones "È un vero e proprio invito".

Jones ha annunciato un altro cambiamento nel piano strategico dell'organizzazione, la creazione di un **Customer Experience Department** diretto da un nuovo Chief Experience Officer (CXO), la prima carica di questo genere nel paese per un ufficio turistico.

"Abbiamo bisogno di una nuova energia per rendere la nostra organizzazione: la migliore, creando il più alto livello di Customer Experience, sia nei meeting d'affari sia nei viaggi turistici", ha detto Jones. " Vogliamo che il nostro servizio clienti sia riconosciuto come superiore a quello di altre destinazioni".

Lo scorso anno **25.7 milioni di persone hanno visitato Dallas** per un totale impatto economico di 7,6 miliardi di dollari. Come risultato, l'industria del turismo genera un posto di lavoro ogni venti. Le visite di viaggiatori internazionali continuano a crescere e l'anno scorso hanno raggiunto una quota di 2.59 milioni di visitatori.

"Dallas ora ha un brand e i nostri investimenti e sforzi sono stati ripagati, poichè ora le persone considerano Dallas una destinazione turistica a tutti gli effetti" ha detto Jones "Questo brand è il motivo per cui il turismo è notevolmente aumentato con il passare degli anni, sia sul mercato interno che internazionale. I viaggi internazionali verso Dallas sono aumentati del 33% lo scorso anno; la seconda crescita più alta di ogni città negli Stati Uniti"