DLT Viaggi da Formia a Dublino, con Facebook

Nel primo trimestre 2017 il fatturato di **DLT Viaggi** è cresciuto di oltre l'80% rispetto all'anno precedente. E il merito è del web e delle sue potenzialità. Il TO di Formia, focalizzato sulla clientela individuale e le comitive organizzate, ha infatti puntato fin da subito su internet come strumento principale per la prenotazione dei viaggi.

"Dal 2013 abbiamo sviluppato un sistema di prenotazioni innovativo mediante il nostro sito dltviaggi.it - spiega Roberto Sorrenti, ad di DLT Viaggi -. L'intuizione è stata quella di costituire un network di fornitori che offrono i servizi al cliente finale, esclusivamente attraverso il canale telematico in grado di coniugare un'eccellente qualità con prezzi low-cost".

Ma la scommessa online della start up italiana si è tradotta anche nel ricorso ai social network, in particolare a **Facebook**, con 250 mila utenti che ne seguono quotidianamente la pagina.

Post, commenti e “mi piace” sono valsi, negli ultimi due anni, l'invito da parte della stessa società di Zuckerberg nella sede europea di Dublino, dove la startup italiana è stata presentata come caso studio internazionale per il comparto Small Medium Business, con 10x ritorno sull'investimento, 20 nuovi assunti, accordi con oltre 1000 hotel e progetti di espansione su mercati esteri.

Nella ricetta del successo, come aggiunge il responsabile informativo Enrico Danilo Visciòla, ci sono poi "Campagne pubblicitarie su Google, attività di storytelling digitale, un magazine online costantemente aggiornato e copertura streaming degli eventi”. Senza dimenticare “uno sguardo sempre rivolto al futuro della comunicazione su internet. Per questo abbiamo studiato e preso il brevetto per il pilotaggio di droni, con produzione autonoma e montaggio video”.