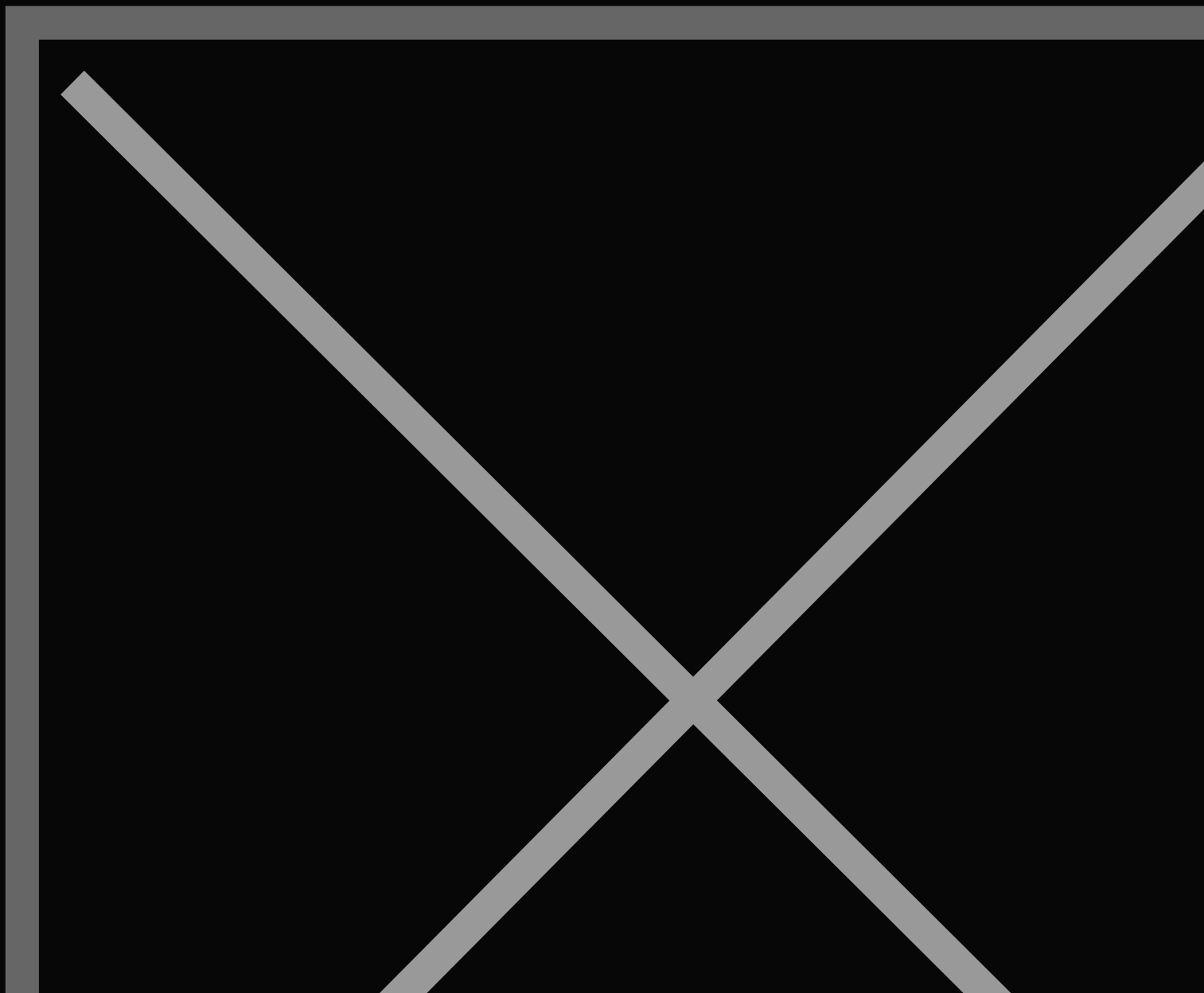
Identity Plus investe sui social media per comunicare con le agenzie

È una comunicazione leggera ma puntuale, ricca di contenuto e suggerimenti in tempo reale, quella che il tour operator **Identity Plus** propone alla rete agenziale attraverso i propri canali sui social media Consigli di viaggio, informazioni sulle destinazioni, itinerari e offerte, pillole con curiosità dal mondo. In una quotidianità in cui l’uso dei social sembra dettare le nuove regole del turismo, l’operatore milanese vuole offrire agli agenti di viaggio un ulteriore strumento da cui attingere informazioni e spunti da utilizzare in prima persona ed eventualmente anche da condividere con i propri clienti.



Nell’ultimo anno Identity Plus ha voluto investire per migliorare e far crescere i propri canali social e può ora tracciare un primo bilancio positivo rispetto al posizionamento e all’engagement dei followers, che sono oltre 3.300 sula pagina Facebook (@identity.plus.tour), 2.650 su Instagram(identityplus_touroperator) e quasi 1.000 sul neo-nato profilo Twitter (@identityplus_TO), con una target audience che copre in modo omogeneo il gruppo 25-54 anni (16% 25-34 ; 17% 35-44 ; 15% 45-54) ed è composta per circa il 60% da donne.

La crescita costante e i feedback positivi ricevuti dagli utenti finali e dai partners che nel tempo hanno supportato e collaborato con l’operatore in azioni mirate e condivisioni, spingono Identity Plus a prevedere a breve il lancio di una seconda fase di investimento per poter sfruttare al meglio le potenzialità di questi mezzi, consolidare le pagine, fidelizzare ulteriormente e raggiungere una maggiore interattività con i followers.