Settemari protagonista del web marketing strategico al Visual Storytelling Day

I risultati dell’operazione in chiave social **“#SettemariStoryteller”** – che ha coinvolto oltre 45000 utenti con una percentuale di coinvolgimento del 25% e tassi di crescita delle interazioni dal 100 al 200%, di cui è un esempio il video della foca monaca, apparsa vicino al SettemariClub Alonissos Beach – sono diventati un caso di studio e sono stati presentati da Silvia Signoretti, consulente di web marketing strategico Settemari, nel corso dell’ottava edizione dell’evento formativo Visual Storytelling Day, di cui Webitmag è media partner, per analizzare in dettaglio questa case history di grande successo, voluta e coordinata dalla divisione marketing di Settemari che sarà presente all’evento.
"Con Settemari ci siamo chiesti chi potessero essere gli influencer in grado di promuovere il prodotto villaggi di Settemari - ha spiegato **Silvia Signoretti** - e li abbiamo individuati nei ragazzi dell'animazione che sono diventati i "Settemari Storyteller" con l'obiettivo di offrire online la riprova sociale dell'esperienza, migliorare la brand advocacy, fidelizzare il pubblico e ingaggiare una sfida social con il proprio pubblico b2b delle agenzie viaggi":
Il team di Settemari è stato invitato dagli organizzatori per permettere agli iscritti al prestigioso evento – che nelle differenti edizioni ha portato in aula i professionisti del marketing e della comunicazione digital di tutta Italia - di trarre insegnamento dal progetto e per condividere con loro strategia, metriche, risultati e possibili sviluppi.
“Diventare caso di studio in un corso prestigioso come il Visual Storytelling Day è fonte di grande orgoglio per il mio gruppo di lavoro e per tutti i nostri #SettemariStoryteller che, anche grazie alla formazione specifica messa a punto da noi, hanno fatto uno straordinario lavoro, permettendo letteralmente a tutti di varcare la soglia dei nostri villaggi, per vivere in diretta i momenti più belli e lo spirito coinvolgente e gratificante del format di ospitalità firmato Settemari. Grande soddisfazione e motivo di analisi oggi sarà anche il favore che abbiamo registrato offline da parte dei nostri ospiti nel corso della vacanza che hanno contribuito con grande entusiasmo alle attività degli Storyteller, diventando veramente protagonisti di un racconto fatto a quattro mani. Stiamo lavorando ai nuovi capitoli di questa bellissima storia e mettendo a punto nuove iniziative social anche per Amo il Mondo, altro brand dedicato al lungo raggio tailor made del nostro gruppo”, commenta **Chantal Bernini**, marketing manager Settemari.