# Settemari e Amo il mondo: al via una campagna Facebook per promuovere l'inverno

Il **Gruppo Settemari** è **sempre più social** per supportare il lavoro delle agenzie di viaggi partner e lancia in questi giorni una **campagna Facebook** che punta a promuovere **tutte le destinazioni invernali** dei suoi due brand **Settemari** e **Amo il Mondo**.

La campagna, che durerà 8 settimane, prevede un banner sponsorizzato, collegato a una landing page che permette di scaricare un buono sconto molto vantaggioso, dopo che l'utente ha fornito i propri dati. Ulteriore punto di forza ed elemento strategico della campagna, oltre all'entità del benefit economico, la possibilità di godere dei vantaggi che garantisce anche in alta stagione, cumulandoli con tutte le promozioni presenti nei cataloghi dei due tour operator (Bambini gratis, Beati i primi, etc.). La campagna vedrà alternarsi i brand Settemari e Amo il Mondo, concentrandosi, settimana dopo settimana, su una differente destinazione, scelta tra quelle proposte dai due brand. La partenza è stata dedicata al Mar Rosso; nelle settimane successive seguiranno America Latina, Kenya, Seychelles, Zanzibar, Thailandia, Messico (new entry della programmazione Settemari), e, in conclusione, la combinazione Florida + Messico, programmata da Amo il Mondo.

"L'utilizzo dei social per promuovere il nostro prodotto ci ha garantito ottimi risultati, grazie a una strategia particolarmente mirata, messa a punto dalla nostra divisione marketing, che ci ha visto registrare, fin dalle prime azioni, un ottimo riscontro in termini di accessi sia al nostro sito sia alle pagine social. La campagna avviata su Facebook in questi giorni fa parte di un piano composito ed è dedicata all'avvio della stagione invernale, supportando, settimana dopo settimana, destinazioni differenti. Quello che veramente fa la differenza è la nostra capacità di intercettare con precisione i target di riferimento. E i feed back positivi che abbiamo ricevuto dalle ADV partner in merito a iniziative passate ci danno la misura di quanto sia utile continuare a investire su questi canali. I primi giorni ci stanno già dando ottimi feed back e contiamo di andare avanti così fino al 24 dicembre", commenta **Chantal Bernini**, Direttore Marketing Settemari.