Beautiful Destinations: sempre più hotel "raccontano storie" su Instagram

Sono sempre di più gli hotel che si promuovono su Instagram, soprattutto su **Beautiful Destinations**. Lanciata nel 2012, Beautiful Destinations è la pagina di foto di viaggi dei fratelli scozzesi Jeremy e Tom Jauncey, che da passione si è trasformata in un vero e proprio business. All'inizio l'idea era creare una grande comunità di viaggi e lifestyle su **Instagram**, Facebook e Snapchat. Ma in 5 anni Beaautiful Destinations ha toccato 180 Paesi, e si è trasformata in un'agenzia creativa. Nel giro di un anno aveva già 1 milione di follower, e l'estate scorsa ha toccato quota 8 milioni, che arrivano a 12 se si considerano anche Facebook e Snapchat. Il tutto genera 30 milioni di pagine viste a settimana, con una media di 5 milioni a **Storia** su Instagram. Nell'agosto 2016 Instagram ha infatti lanciato Stories (video brevi, foto con commenti di un'escursione o un panorama ecc), e i fratelli Jauncey ne hanno approfittato per vendere ai propri clienti le Storie dei loro viaggi.
"Poter condividere un'immagine che possa far venire voglia a qualcuno di andare in Polinesia e poi portarlo direttamente alla pagina di prenotazione di un albergo vuol dire cancellare il gap che esisteva tra i social media e le transazioni", spiega **Jeremy Jauncey** a Bloomberg Businessweek. E su questo i Jauncey hanno creato un portafoglio di clienti nell'industria del turismo, fatto di grandi **catene alberghiere**, come Marriott e Hilton, e altre realtà, da **Airbnb** all'Ufficio del turismo filippino. Che pagano 50 mila dollari all'anno per progetti fotografici, e fino a 1 milione per campagne video.
Nel frattempo i fratelli hanno assunto una squadra di analisti per capire da dove arrivano i like e poter costruire offerte mirate alle aziende, riferisce La Repubblica. "Creare semplicemente i contenuti ormai non basta più - aggiunge Jauncey - i clienti vogliono capire subito se c'è un ritorno potenziale nell'investimento nella comunicazione sui social media ".