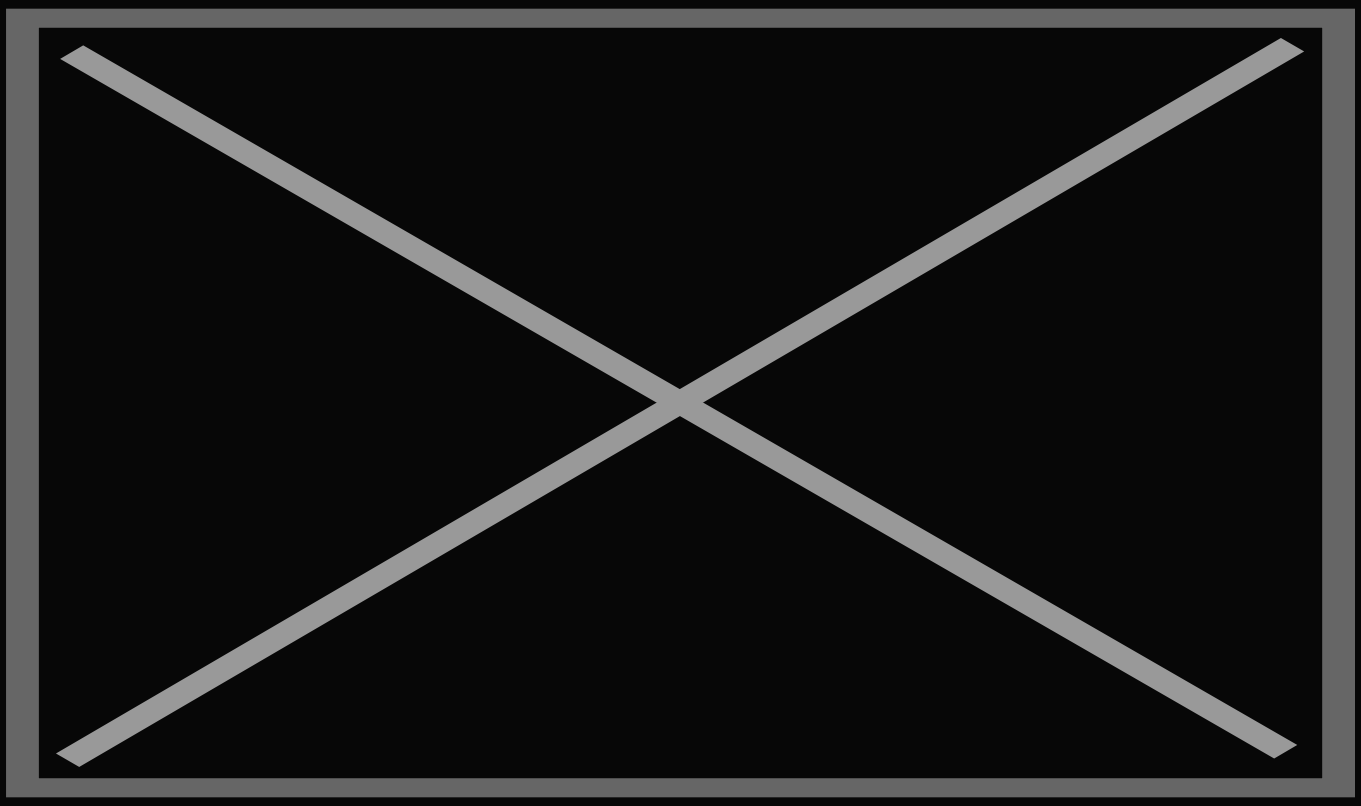
Novità web per Settemari: preventivi online a prezzo finito da portare in agenzia

Rinnovo del sito web per il tour operator **Settemari**: è il secondo segnale importante della nuova gestione Uvet dopo il lancio dei pacchetti a prezzo finito di due mesi fa. Il sito è stato progettato all'insegna dell'interattività con design moderno e dal grande impatto visivo oltre che attenzione alla seo e all'usabilità.

Il nuovo sito rinnova l'immagine di Settemari sul web mettendo a disposizione delle agenzie viaggi uno strumento innovativo, che riserva al tempo stesso, un ruolo di primo piano all'esperienza dell'utente finale.

In poche mosse, infatti, **gli utenti effettueranno in totale autonomia il loro preventivo**. I potenziali clienti, dopo averlo ricevuto via mail, potranno formalizzare la prenotazione direttamente nella propria agenzia viaggi di fiducia oppure in quella che individueranno tramite la nuova funzione che permette di geolocalizzare le ADV per criteri di prossimità.



“Il nuovo sito è strettamente legato alla rivoluzione che abbiamo messo in atto con l’applicazione di prezzi fissi, fortemente competitivi, e l’eliminazione di adeguamenti post acquisto. Questa mossa all’insegna della totale trasparenza nei confronti di clienti e ADV necessitava di un supporto di comunicazione e promozionale altrettanto trasparente, capace di esprimere nell’impostazione e nel linguaggio il nostro modo innovativo di stare sul mercato”, commenta **Ezio Birondi**, amministratore delegato Settemari.

Tra le novità maggiormente in evidenza, inoltre, l’area dinamica **“Ispirazioni di viaggio”** che raccoglie veri e propri racconti di viaggio, selezionati e aggiornati periodicamente per coinvolgere in modo emozionale gli utenti, e il social wall, direttamente collegato al profilo Instagram di Settemari, tramite una gallery interattiva. Nuova anche l’area “Le offerte in primo piano” che consente di visualizzare i pacchetti in promozione, calcolandone rapidamente il prezzo finito.

“Siamo molto soddisfatti di questo progetto. I mercati sono sempre più conversazioni e per questo le aziende devono trovare modi efficaci per comunicare la bontà dei loro prodotti ai clienti, vicini alla loro way of life, che non prescinde più da un’interazione attiva con il web e con il mondo social. Chi acquista ora vuole risposte immediate, precise e vuole comparare tra loro in tempo reale i prodotti che sta valutando. Vuole contenuti estetici che non siano statici, da studio, lontani da sé. Con il social wall glieli presentiamo in primo piano, così come lo facciamo con la sezione “Ispirazioni di viaggio”. Questo nuovo sito allarga il range dei nostri interlocutori e permette anche alle ADV di usare un nuovo modo di proporre il prodotto. I primi feedback a caldo sono ottimi e anche questo è fonte di grande soddisfazione per chi ha lavorato con me in ogni fase del progetto”, conclude **Chantal Bernini**, marketing manager dell’operatore.