Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Social media e viaggi, quando il turista vuole diventare influencer

notizia pubblicata **13 Novembre 2018** alle ore **12:40** nella categoria **Curiosita'**



Quanto i social media influenzano l'organizzazione di un viaggio? A questa domanda risponde Booking.com grazie ad una ricerca effettuata sulla base delle indicazioni provenienti da 21.500 viaggiatori da 29 Paesi. Per la maggior parte delle persone, la condivisione social della propria vacanza si limita a far sapere che si è fatto il check-in, a un selfie sulla spiaggia e all'album di foto del viaggio.

Per tante altre, invece, la condivisione non si ferma qui e, anzi, potrebbe sfociare in una carriera da influencer. Secondo la ricerca di Booking.com: un quarto (il 25%) dei viaggiatori di tutto il mondo ammette di avere l'ambizione di utilizzare i propri viaggi per lanciare una carriera nei social; il 28% dei viaggiatori intravede nei propri viaggi un'opportunità potenziale di guadagno come influencer o travel blogger, in alternativa a un tradizionale lavoro full-time.

Anche per gli utenti più al passo con i tempi, viaggiare al giorno d'oggi con i social media sempre a portata di mano è molto diverso rispetto al passato, quando le tecnologie erano meno accessibili. I viaggiatori non devono più affidarsi a guide e mappe cartacee per muoversi nella destinazione prescelta. Possono avere accesso a informazioni in tempo reale e cercare ispirazione tramite i social. La ricerca rivela che quasi 1 su 5 (il 17%) dà un'occhiata alle foto delle vacanze dei vip per trovare strutture simili per le proprie vacanze, tanto che quasi 1 su 10 (il 9%) arriva addirittura a mettersi in posa come il proprio instagrammer preferito.

Il 2019 vedrà una maggiore attenzione sulla presentazione di materiale relativo ai viaggi che sia genuino e

onesto. I canali social più popolari si concentreranno sulla creazione di contenuti pratici e utilizzabili, allontanandosi da immagini irraggiungibili o troppo costruite. Mentre i viaggiatori vogliono vedere contenuti che possono essere percepiti come reali, la ricerca di Booking.com rivela che molti utenti si sentono sotto pressione quando devono postare contenuti propri: il 12% utilizza foto più vecchie e più riuscite di precedenti vacanze per documentare quelle che in realtà sta vivendo; l'11% posta foto di una struttura diversa rispetto a quella in cui sta soggiornando; il 7% finge di essere ancora in vacanza quando in realtà è già rientrato a casa. La ricerca ha anche scoperto che oltre un quarto dei viaggiatori (il 28%) ammette di scegliere una struttura per le proprie vacanze anche in base a come questa possa apparire nelle foto sui social media.