

Con 'Nightlife Riviera di Romagna' il divertimento si promuove sul web e guarda alla Cina

notizia pubblicata 12 luglio 2018 alle ore 10:30 nella categoria **Eventi**



Dopo l'ottima performance dell'esordio, la scorsa estate, del Progetto di promozione ed engagement online 'Nightlife Riviera di Rimini', anche la Riviera Romagnola sceglie il reclutamento di web ambassador spontanei per promuovere la propria offerta di divertimento. E lo fa guardando alla Cina. Con questo obiettivo nasce 'Nightlife Riviera di Romagna', campagna di recruiting sul web (al sito lavoropiubelledimondo.it). Grazie ad un accordo con il Gruppo Retex, partner di riferimento per l'Europa di WeChat, il sistema di messaggistica scritta e vocale per smartphone più diffuso in Cina (oltre un miliardo di utenti), il reclutamento avrà visibilità anche su WeChat, assieme alla promozione dell'offerta di vacanza della Riviera Romagnola (tramite un official account su WeChat indirizzato agli utenti under 35). Non solo, sempre grazie all'accordo, saranno selezionati come ambassador per una settimana anche due ospiti dalla Cina, che trascorreranno la vacanza in Romagna.

“È un piacere per Digital Retex aiutare la regione Emilia Romagna a promuovere il turismo, anche tra la popolazione cinese. L'era dei viaggi di gruppo in Cina sembra infatti essere ormai giunta al tramonto e i cinesi decidono da soli dove e come viaggiare: secondo i dati raccolti da Digital Retex i cinesi under 35 prenotano in autonomia hotel e servizi, prevalentemente via mobile. WeChat è il canale giusto per coinvolgerli e portarli in Riviera”, ha detto Fausto Caprini, ad di Digital Retex.

Nella campagna 'Nightlife Riviera di Romagna', sono previsti anche pacchetti turistici ad hoc legati

all'intrattenimento (sul sito myrimini.com) e investimenti in campagne social sui mercati interessati dai collegamenti aerei dell'Aeroporto Fellini (Inghilterra, Lituania, Polonia e Russia), senza dimenticare quelli a noi più prossimi come Germania, Austria e Nord Italia.

“Attraverso i nuovi linguaggi dei social – ha spiegato Andrea Gnassi, sindaco di Rimini e presidente della Destinazione Romagna – lanciamo un messaggio preciso al mondo intero: la voglia di stare assieme è qui, le occasioni per divertirsi nei locali da ballo o mangiando un piatto realizzato dal migliore chef del mondo o ascoltando i migliori deejay affacciati sul mare, sono solo qui. La fase sperimentale di questo percorso nuovo e innovativo per parlare del nostro territorio al mondo intero ha ottenuto risultati impressionanti, al di là di ogni aspettativa. Dalla sfida iniziale ora rilanciamo e passiamo ad una programmazione di sistema e a più ampio raggio che arriva fino al mercato cinese, oggi il primo mercato turistico al mondo, con indici di crescita e di capacità di spesa molto elevati”.

L'esordio degli ambasciatori vedrà, dal 17 luglio, non un quartetto, bensì una coppia, e non di giovani, ma piuttosto di 'genitori in vacanza': verranno selezionati un papà e una mamma che torneranno nella Romagna delle loro vacanze adolescenziali a vivere un weekend lungo, postandone i momenti sui profili Facebook, Instagram e Twitter di Il Lavoro più bello del mondo.

Nell'estate 2017 'Nightlife Riviera di Rimini', ha ricevuto sul sito <http://lavoropiubellodelmondo.com> ben 22.000 candidature da tutto il mondo, ed ottenuto 70 milioni di visualizzazioni sui social e oltre un milione di likes legati al distretto del divertimento riminese. www.aptservizi.com