

Salone Nautico di Genova, 55^a edizione 'social' si chiude con visitatori a +5%

notizia pubblicata 13 ottobre 2015 alle ore 11:44 nella categoria **Eventi**



Si è chiusa la 55^a edizione del Salone Nautico Internazionale di Genova e Meloria, agenzia creativa indipendente, annuncia i risultati social della campagna a supporto dell'evento.

Il Salone Nautico 2015, la 2^a edizione organizzata da 'I Saloni Nautici SpA', ha visto 760 espositori e 115.180 visitatori (+5,4% rispetto allo scorso anno).

Tutto questo grazie anche alla campagna #conquistiamoilsalone ideata e sviluppata da Meloria. Il progetto, iniziato lo scorso giugno, mirava a coinvolgere le community degli appassionati del mare e ha portato a risultati in termini di presenze, ma anche di interazioni social.

L'intero progetto ha visto il suo culmine grazie all'attivazione di un'attività di social live condotta in loco nei giorni della kermesse genovese. Un social media manager attivo 24 ore su 24 per riportare in tempo reale le principali news e curiosità del Salone, girando per i vari cantieri e riportando aggiornamenti sugli eventi il tutto supportato da foto e video live che hanno contribuito ad incrementare notevolmente la reach complessiva della manifestazione.

La campagna #conquistiamoilsalone, attiva sul sito e i canali social del Salone Nautico, ha portato a raggiungere quasi 6 milioni di utenti, generando 2,4 milioni di view ai video dei campioni e testimonial coinvolti oltre a 8.500 Like, 410 commenti e 1.360 condivisioni su Facebook.

Negli ultimi 4 mesi l'intero progetto condotto da Meloria ha portato ad un incremento del traffico sul sito

www.salonenautico.com con 200.000 visite al sito e 145.000 visitatori unici e più di 600.000 pagine viste. Da sottolineare il forte incremento degli accessi alla sezione per l'acquisto dei biglietti online (25.000 page view).

La pagina Facebook del 55° Salone Nautico di Genova supera i 50.000 Like registrando un incremento del 103% rispetto alla partenza della campagna. Oltre 7,5 milioni gli utenti raggiunti di cui 500.000 solo nella settimana della manifestazione. La pagina si è contraddistinta per una forte vivacità e dinamismo stando al numero di post, commenti e condivisioni generate.

Bene anche Twitter: 1.452 i follower (+50% in un mese), 7.500 visite al profilo Twitter del Salone (+1.200% in un mese) e 600 mention. Infine Instagram, profilo aperto in occasione dell'inizio del Salone che ha contato circa 300 follower in soli 5 giorni.