

# Sojern e Visit Tuscany in partnership per aumentare la brand awareness della destinazione

## Riassunto

Il team di Visit Tuscany, in partnership con Sojern, nel 2021 ha attivato una campagna video online di sei settimane con l'obiettivo di aumentare la brand awareness e il riconoscimento del marchio turistico della Toscana. La campagna è stata misurata grazie a un brand lift study condotto da OnDevice Research, il quale ha dimostrato un aumento positivo di considerazione e intento di prenotazione per la destinazione Toscana.

## Canali utilizzati

- Video (pre-roll)

## Risultati

### 74%

Tasso di completamento video del 74% contro l'obiettivo di 70%

### 7%

Aumento del 7% nella considerazione della Toscana come destinazione di vacanza

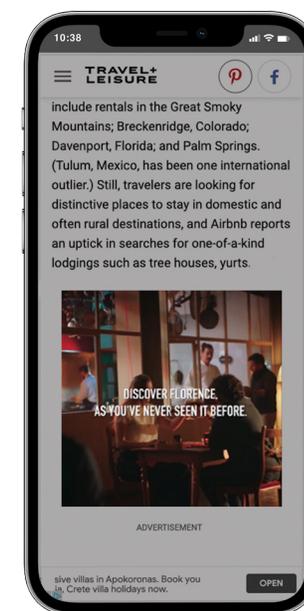
### 7 su 10

nel brand lift study hanno espresso l'intenzione di compiere un'azione come risultato della campagna

“ Lavorare con Sojern è stata una grande esperienza, siamo riusciti a creare una campagna che ha aiutato ad aumentare il valore del brand e il riconoscimento del marchio Visit Tuscany. Tramite il questionario di OnDevice integrato alla campagna, siamo riusciti a capire meglio e misurare la percezione complessiva del nostro brand.

visittuscany.com

**Costanza Giovannini**  
Visit Tuscany



Esempio di Video Programmatic su Mobile

## Il Cliente

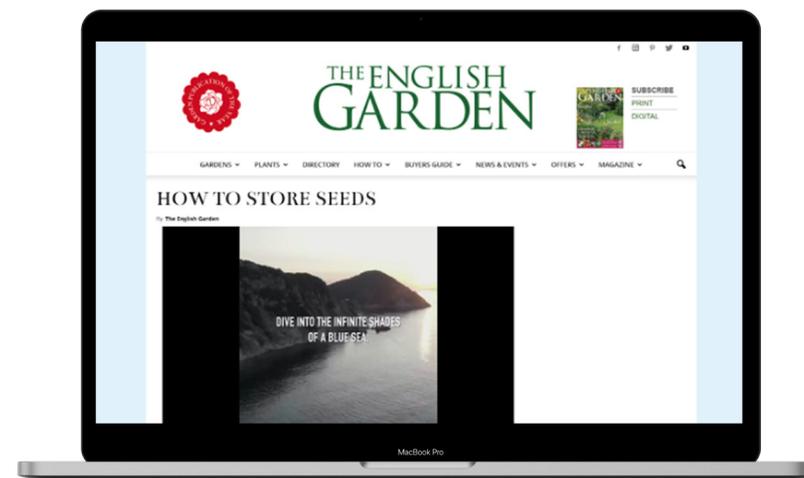
La Toscana è una delle destinazioni più popolari in Italia, riconosciuta in tutto il mondo per i suoi paesaggi, la sua storia, i monumenti, l'arte e l'ospitalità locale. Il team di Visit Tuscany ha voluto rappresentare tutto quello che la Toscana ha da offrire ai viaggiatori tramite una campagna video con l'intento di dimostrare l'efficacia dei progetti di marketing turistico.

## Difficoltà

Il team di Visit Tuscany aveva la necessità di aumentare la brand awareness ed incoraggiare i viaggiatori a visitare la destinazione attraverso video accattivanti. Cercava dunque un partner che potesse supportarli nel lancio di una campagna su diversi mercati. Essendo notoriamente difficile per le destinazioni dimostrare il ritorno sull'investimento della spesa pubblicitaria, era fondamentale misurare l'impatto della campagna e dimostrare l'aumento di interesse e intento di viaggio per la Toscana.

## Obiettivi

Nell'estate del 2021, Sojern ha attivato una campagna video della durata di sei settimane congiuntamente a un brand lift study - uno studio sul miglioramento della percezione del brand - in collaborazione con OnDevice Research. La campagna ha raggiunto utenti in Germania, Francia e nel Regno Unito, i quali hanno dimostrato un interesse di viaggio per la Toscana e potrebbero considerare la Toscana come destinazione in futuro. Gli utenti sono stati sottoposti a dei video della destinazione ad alto coinvolgimento che enfatizzavano i panorami della regione. Dopo aver visto il video, gli utenti sono stati sottoposti a un questionario con l'obiettivo di misurare come la loro percezione era cambiata dopo aver visto i video.



Esempio di Video Programmatic su Desktop

## Risultati

La campagna ha generato interesse per la Toscana in tutti e tre i mercati. OnDevice Research ha intervistato un campione di 600 utenti e 7 utenti su 10 hanno dimostrato un intento a compiere un'azione di ricerca online sulla destinazione, visita al sito web, ricerca di servizi turistici e prenotazione per la Toscana, come risultato della campagna. Si è dimostrato un miglioramento del 7% nella considerazione della Toscana come destinazione turistica. La campagna ha inoltre sorpassato l'obiettivo del tasso di completamento video del 70% con una media del 74%.

Sei interessato a generare brand awareness per la tua destinazione? [Contatta subito un nostro esperto di turismo.](#)