

IL DMO AMERICANO SI ASPETTA DI INVESTIRE NUOVAMENTE NELLA PUBBLICITÀ IN 60 GIORNI



Uno sforzo di ricerca congiunto condotto dalla MMGY Travel Intelligence e dalla Destinations International Foundation, che comprendeva circa 200 organizzazioni di gestione delle destinazioni (DMO), ha rivelato che mentre il 95% delle destinazioni ha ridotto o posticipato le proprie spese di marketing, il 50% afferma di voler investire in pubblicità entro 60 giorni.

Durante tale ritorno, le strategie di marketing includeranno principalmente campagne di social media gratuite (quasi il 100%), campagne di informazione tramite e-mail (70%), campagne di promozione e-mail (poco più del 60%), attivazioni di social media a pagamento (60%), motori di ricerca (meno del 60%), annunci promozionali a pagamento (50%), pubblicità a pagamento (meno del 40%) e attivazioni del marchio (20%). Queste attività saranno le aree più implementate dalle strategie di marketing durante la ripresa.

Delle 197 organizzazioni indagate in Nord America, il 90% è localizzato in città e regioni turistiche, principalmente nelle regioni meridionali, occidentali e del Midwest degli Stati Uniti.

Nei prossimi 30 giorni, gli intervistati ritengono che la situazione sarà molto peggiore di adesso (42%), peggiore (30%), uguale (26%) o migliore (2%).

Queste società hanno ricevuto meno richieste di visitatori rispetto a marzo, ma queste rimangono di alto livello (in media 20 al giorno, secondo il 30% degli intervistati), in particolare per quanto riguarda la cancellazione di eventi, la chiusura di hotel, ristoranti e attrazioni e disponibilità degli alloggi.

Tra le azioni intraprese dai dipartimenti turistici durante la crisi c'è la condivisione di informazioni con i partner del settore, con informazioni ufficiali sul coronavirus e collegamenti al Center for Disease Control sul sito Web di destinazione, nonché aggiornamenti via e-mail e social media. Alcune destinazioni, come Visit California, inviano e-mail quotidiane al settore. Altri, come Tampa Bay o Visit Orlando, inviano newsletter settimanali.

Date: 2020-04-20

Article link:

<https://www.tourism-review.it/dmo-negli-stati-uniti-per-investire-in-pubblicita-news11489>