



PREPARARSI PER RICOMINCIARE A VIAGGIARE: LIONBRIDGE A SUPPORTO DI UN'AGENZIA TURISTICA PER RISPONDERE AGLI EFFETTI DEL COVID-19

NUMEROSI MERCATI

9 LINGUE

PARTNERSHIP DURATURA

Progetto

Dopo mesi trascorsi in casa a causa della pandemia di COVID-19 e con l'arrivo della bella stagione, i viaggi erano senza dubbio destinati a riprendere, anche grazie all'allentamento delle restrizioni. Le aziende nel settore del turismo hanno quindi dovuto prepararsi ad affrontare un picco di lavoro, oltre che pianificare una strategia per la sicurezza pubblica. Una delle principali agenzie turistiche europee, partner di Lionbridge di lunga data, ha lavorato insieme ai nostri team per sviluppare una strategia digitale multilingue con cui rispondere a queste esigenze.

Informazioni sul cliente

In qualità di importante rappresentante del settore del turismo europeo, il nostro cliente è responsabile della creazione di strategie di marketing e delle relazioni con i turisti di tutto il mondo. Dal 2017 collabora con Lionbridge per i servizi di marketing digitale, creazione di contenuti, traduzione e copywriting. Insieme abbiamo sviluppato una strategia di marketing capace di attirare l'attenzione dei clienti in nove lingue.



La sfida

Per molti cittadini europei, l'arrivo dell'estate significa una cosa: il turismo. Ma in un mondo alle prese con il COVID-19, questo comporta anche nuove sfide. Gli operatori del settore turistico devono affrontare nuove incertezze:

- Quante persone decideranno di viaggiare?
- Da dove arriveranno?
- Quali mete sceglieranno?
- Quali aspettative avranno in materia di sicurezza?
- Come cambieranno le aspettative e i sentimenti dei viaggiatori in base al Paese?

E la domanda più importante:

- Quali sono le preoccupazioni principali dei viaggiatori in materia di sicurezza?

Il nostro cliente necessitava di un metodo per valutare le intenzioni e le aspettative dei viaggiatori, così da poter comunicare in modo ottimale le misure di sicurezza per un target multilingue con esigenze uniche.

La soluzione

Come può fare un'azienda a sondare l'opinione pubblica in modo facile e accurato per un target vasto come l'intera Europa? Come per molte sfide legate al COVID-19, la soluzione è virtuale. Il "social listening" è uno strumento per monitorare e misurare le tendenze sui social media. E con il continuo aumento della popolarità dei social media come piattaforma per esprimere opinioni e comunicare con le aziende, non c'è posto migliore per valutare il sentimento pubblico.

Lionbridge ha usato il social listening per rispondere alle domande più importanti del cliente.

Il nostro cliente voleva sapere:

- Come offrire sicurezza ai viaggiatori che visitano Paesi stranieri?
- Quale sarà l'esperienza quotidiana per i negozi e le destinazioni turistiche?
- Qual è l'attuale percezione del pubblico in merito ai viaggi in Paesi stranieri?
- Quali sono le opinioni più diffuse sui social media?
- Chi sono i principali influencer sui social media?
- Quali sono le piattaforme di social media più popolari tra gli influencer?

Per rispondere a queste domande per un target multilingue e multiculturale abbiamo usato Synthesio, uno strumento di social listening all'avanguardia.

Synthesio consente di monitorare diverse importanti tendenze, tra cui:

- Conversazioni sui social media
- Temi sociali ricorrenti
- Numero di menzioni
- Feedback dei clienti
- Aspettative dei clienti

Basandoci sui dati acquisiti, abbiamo messo a confronto le tendenze mese per mese, in diversi mercati europei e per lingue differenti. Il nostro cliente ha così potuto valutare le prestazioni di ogni campagna in ciascun Paese e determinare come adattare l'approccio per il futuro.



I risultati

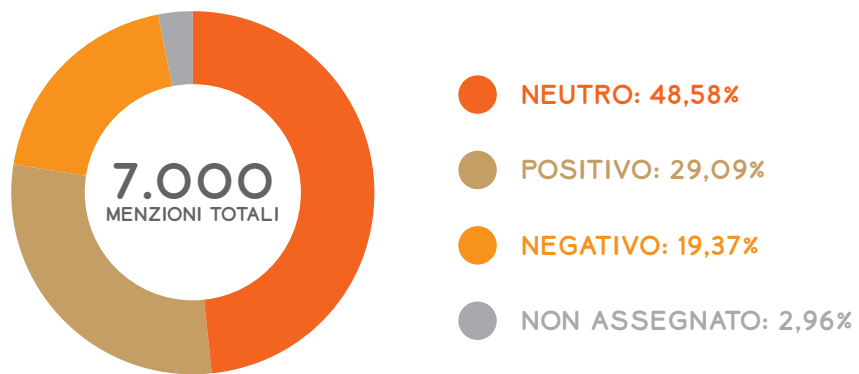
Usando il social listening e altre strategie digitali, Lionbridge ha risposto all'incertezza con l'innovazione.

Il nostro team è riuscito a fornire informazioni concrete sul comportamento dei viaggiatori durante la pandemia di COVID-19.

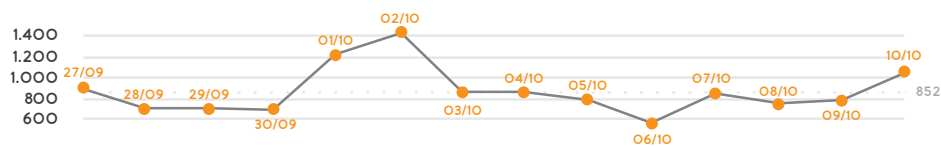
Classifica dei principali influencer sui social media:

CLASSIFICAZIONE	NOME UTENTE	PUNTEGGIO	MENZIONI	PAESE	CLASSIFICAZIONE SYNTHESIO (/10)	MEDIA SENTIMENT	TWEET	FOLLOWER	SEGUITI
1	Jackie De Burca	38.390	3.839	Spagna	10	+	515.579	31.605	28.984
2	Barcelona Oculta	22.238	2.851	Spagna	7,9	=	5.042	409	421
3	Insta Sitges	12.787	1.332	Spagna	9,6	+	163.693	756	139
4	#Catalonia	9.700	970	Spagna	10	+	152.863	1.711	1
5	Janice Brady	4.330	433	USA	10	+	587.135	13.693	7.835
6	Publicidad, Marketing	3.560	356	Venezuela	10	=	208.402	78.680	59.825
7	My Life is a Journey	3.210	321	USA	10	+	261.102	25.789	18.683
8	Charles Friedo Frize	2.870	287	Europa	10	-	976.658	16.415	10.617
9	Turismo-Global.com	2.780	278	Canada	10	=	86.553	3.677	4.950
10	Victoria	1.957	215	Francia	9,1	=	8.390	511	594
11	Publicidad Noticia	1.870	187	Venezuela	10	+	68.097	49.003	50.309
12	Best TravelBook	1.830	183	Italia	10	=	16.606	120.755	106.624
13	TravelHotelTours	1.784	182	USA	9,8		6.385	29.356	32.242
14	Geogr gift	1.721	185	Spagna	9,3	+	4.147	1.571	1.817
15	Kazu Shimura	1.634	165	Giappone	9,9	=	51.713	1.073	361

Analisi del sentiment:



Sequenza temporale dell'attività digitale:



Confronto tra le piattaforme digitali:



NUOVI DATI		DATI PRECEDENTI	
Twitter	79,60%	Twitter	86,13%
Notizie generali	5,30%	Notizie generali	3,24%
Giornali locali	2,95%	Newsletter locali	2,01%
Facebook	1,76%	Facebook	1,55%
Instagram	1,89%	Instagram	1,45%
Giornali nazionali	1,72%	Giornali nazionali	1,25%
YouTube	2,12%	TV, radio	1,12%
Forum	1,86%	Forum	<1%

Il nostro cliente ha potuto adattare la strategia per fornire contenuti multilingue e informazioni concrete al suo target.

