

VISIT SALERNO

Il progetto "Visit Salerno" nasce grazie ad un gruppo di giovani salernitani che desideravano fare qualcosa di innovativo per la propria città. Tutti loro con determinazione hanno deciso di non abbandonare la propria terra e di mettere al servizio della comunità le loro conoscenze per creare quest'App e tutto il correlato.

Il progetto è stato realizzato dalla società Giocheria s.r.l. composta dal CEO Germano Porcaro, director Rossella Gualtieri, Jacopo de Maio per la realizzazione del logo, Mattia Guariglia per lo sviluppo dell'App, Giovanna Macrini per la gestione dei social e Giuseppe Acanfora per le pubbliche relazioni.

Fino ad oggi, a Salerno, nessuno ha mai avuto l'intuizione ed il coraggio di realizzare qualcosa di simile; un piano completo finalizzato ad esaltare i mille volti della nostra città. Per perseguire quest'obiettivo è indispensabile servirsi del digital, la nuova frontiera della comunicazione che permette al capoluogo campano di essere al passo delle grandi capitali europee.

Il target ideale dell'App va incontro al comparto turistico ed agli stessi salernitani, per offrire ai primi una panoramica sulla città e consentire, invece, ai cittadini di rimanere aggiornati su tutte le novità.

"Come possiamo valorizzare la nostra Salerno?" questa è la domanda da cui è nato tutto.

La risposta: realizzare una piattaforma digitale che permetta all'utente di avere a portata di click tutte le informazioni per vivere al meglio la città: strutture ricettive, mappe, attrazioni, eventi, trasporti, ristorazione e molto altro.

Nella nostra **vision** il fulcro è uno solo: porre Salerno sotto i riflettori grazie all'App che ne consente di esaltarne le bellezze, l'offerta ed i servizi.

La nostra **mission** è quella di creare un progetto in cui il digital è al servizio della realtà, dove "Visit Salerno" è una vetrina virtuale delle bellezze nostrane ed un mezzo per vivere al meglio la città.

Il nome di un progetto è il primo tassello per definire la sua identità, questo studio e ricerca prende il nome di **Brand Naming**.

Esistono 7 tipologie di nomi presenti nel mercato globale e quella che abbiamo strategicamente scelto è un "Nome descrittivo" per esprimere in modo diretto cos'è il progetto da qui "Visit Salerno".

Il **logo** è composto da due livelli "visit" e "salerno".

La sua forza risiede nella sua natura visiva, fatta di semplicità e chiarezza con lo scopo di renderlo riconoscibile nell'immediato.

Il logo è stato declinato per diversi utilizzi digitali.

I colori sono fondamentali per identificare il progetto, quelli scelti sono: Nero, Bianco e Azzurro.

Il nero rimanda all'eleganza ed all'essenzialità.

Il bianco se lo si usa accanto ai giusti colori, come quelli scelti, genera interesse.

L'azzurro è simbolo di Salerno e richiama il cielo e il mare, protagonisti del nostropanorama.

Salerno City Card

Con la Salerno City Card si avrà libero accesso ai musei, alle attrazioni ed a tutti i mezzi pubblici come metro, bus e treno.

Si avranno sconti ai ristoranti, nei teatri, nei cinema e durante le escursioni.

Per ottenere la Salerno city card basterà andare sul sito web o sull'app. Sarà possibile decidere se farla arrivare per posta a casa o in albergo, o ancora riceverla direttamente sullo smartphone utilizzando il QR code.

Sito Web

Il sito Web è un ottimo canale per la fruizione di tutte le informazioni inerenti alle attività salernitane.

Il sito web è minimal ed intuitivo. A sinistra è presente l'albero della navigazione, che mostra tutte le sezioni esplorabili.

L'app come il sito sono stati pensati per essere semplice e alla portata di tutti.

Ecco in sintesi le sezioni del sito.

In Esplora saranno rese visibili tutte le novità giornaliere di Salerno.

In Categorie ci saranno tutte le categorie che possono interessare ad un utente come "Famiglia, Food, Nightlife".

In Saved sarà possibile salvare tutte le attività che l'utente ama.

In Trasport sarà disponibile una tabella con tutti i possibili mezzi di trasporto per arrivare ad un luogo, in More ci saranno tutte le informazioni sull'app stessa.



App Visit Salerno

Nella sezione esplora vi sono diverse sotto-sezioni che saranno aggiornate costantemente tramite il database.

Le attività sono suddivise per categoria di appartenenza: Vicino a me, Free, Hotel e B&B, Food e Drink, Shopping e Vita Notturna.

Grazie ad un'organizzazione tramite flexBox è stato possibile creare un design omogeneo e molto raffinato, che colpisce subito per la sua bellezza e semplicità.

Nella sezione salvati vengono memorizzate tutte le attrazioni che l'utente preferisce.

Questa sezione è utile per creare un itinerario o per non dimenticare quali attrazioni visitare

Nella sezione trasporti l'utente potrà sfogliare diverse mappe per agevolare gli spostamenti in città.

Ecco i risultati ottenuti dall'App nell'ultimo quadrimestre: 4000+ download, traffico medio giornaliero 300 persone, interazioni raggiunte: 35 000.

Social Media

I profili social Facebook ed Instagram sono indispensabili per la riuscita del progetto, in quanto sono la vetrina principale dell'App stessa.

I social per Visit Salerno hanno una duplice funzione: farla conoscere ad un pubblico più vasto di potenziali fruitori ed esserne un'estensione per consentire alla community di rimanere aggiornata su tutte le novità.

Il primo step dal punto di vista strategico è stato definire le tipologie di utenti a cui si rivolge la comunicazione di Visit Salerno. Sono state identificate le seguenti personas:

- **Turisti** - Quanti hanno in programma un viaggio a Salerno o quanti in futuro vorrebbero farlo e tramite i contenuti dell'App ed i social hanno tutti i mezzi per organizzarlo.

- Salernitani - Cittadini che tramite l'App possono rimanere sempre aggiornati su tutte le novità riguardanti Salerno: eventi, programmazione teatrale, luoghi, dove mangiare ecc.
- Curiosi - Tutti gli utenti che decidono di entrare a far parte della community social perché interessati ai contenuti ed attratti dalla città. In futuro potrebbero essere dei turisti.

I social vivono di estetica e di contenuti testuali, per questo motivo è importante utilizzare immagini di qualità, suggestive che attirano l'attenzione.

E' invitando la gente a taggarci nelle loro foto e ad usare #visitsalerno che desideriamo far conoscere il progetto.

Di seguito sono esposti gli obiettivi prefissati in fase di elaborazione della strategia:

Awareness - Parametro che indica quanto l'App è conosciuta e riconosciuta nella mente dei consumatori. L'apice della Brand awareness: essere l'App a cui i consumatori pensano immediatamente quando si nomina Salerno.

Conoscere l'offerta - Offrire un quadro esaustivo all'utente su quello che può offrire l'App con l'obiettivo di spingerlo a farne il download ed utilizzarla.

Fidelizzare - Diventare un punto di riferimento per la community, creare un legame con gli utenti.

Ecco i risultati raggiunti nel primo quadrimestre, tutti organici senza alcun investimento economico.

Su instagram c'è stata una crescita di +146 follower con una copertura - numero di persone che hanno visto i contenuti della pagina - del +1175%.

Su facebook la community è cresciuta del +133 like con una copertura aumentata del +105%.

La copertura è molto alta e sottolinea l'interesse degli utenti verso i contenuti. Stiamo percorrendo la strada giusta.

Come era stato detto nel corso della prima riunione sono state ricercate le immagini più emozionanti e suggestive di Salerno, con lo scopo di raccontare al meglio la nostra città. Ogni foto ha nel copy il tag dell'autore, questo ci ha permesso di fidelizzare alcuni utenti - che ci taggano spesso nei loro scatti - ed ampliare la community.

E' stata realizzata una prima guida che aiuta gli utenti col download dell'app, a breve uscirà quella che raccoglie alcune delle location più suggestive di Salerno, un ulteriore mezzo per veicolare i contenuti dell'app.

La community sta crescendo, l'hashtag si sta diffondendo, dobbiamo continuare su questa strada.

Siamo sulla strada giusta per fare grandi cose per la nostra Salerno!

