Settemari Viva V Samaná: innovativa operazione di direct marketing per il lancio

È un esordio di quelli che meritano un lancio in grande stile, l'arrivo di **Settemari** in Repubblica Dominicana che inaugura la sua presenza sull'isola regina dei Caraibi con l'esclusiva di una struttura di charme come il Settemari Balance Club Viva V Samaná.
L'articolato piano di azioni, messo a punto dalla divisione marketing di Settemari, è stato progettato e realizzato anche grazie alla preziosa collaborazione dell'Ente del Turismo della Repubblica Dominicana in Italia, diretto da Neyda Garcia, e della catena alberghiera Viva Wyndham Resorts.
La natura incredibilmente bella e incontaminata di Samaná e la raffinatezza del concept architettonico del Viva Whyndham V Samaná, elementi perfetti per il nuovo format Settemari Balance Club focalizzato su benessere e armonia interiore, hanno ispirato il mood della campagna, riassumibile in tre parole chiave: relax, eccellenza, eco-luxury. Per creare memorabilità e rafforzare l'effetto delle attività, il piano associa iniziative B2C e B2B, distribuite lungo un arco temporale compreso tra fine ottore 2019 e gennaio 2020.
Fulcro dell'iniziativa, un'azione di direct marketing rivolta alle agenzie Settemari Selection. Destinata a lasciare il segno, grazie alla perfetta cambinazione di strategia, contenuto e strumenti, è stata progettata per creare memorabilità, curiosità e senso di sorpresa. Punto forte a cui ancorare la creatività, un oggetto dall'alto valore simbolico rappresentativo della destinazione: la scelta è caduta sul cioccolato, in relazione ai cru di cacao dominicani, tra i migliori al mondo.
Le agenzie riceveranno un sofisticato kit da degustazione contenente pregiatissimo cioccolato Valrhona, prodotto con fave di cacao della Repubblica Dominicana. La confezione non è unicamente un involucro, ma un packaging artistico, raffinatamente esotico, straordinariamente catchy, in grado di regalare agli agenti di viaggio un mondo fatto di suggestioni, sapori e profumi unici. Oltre al cioccolato, la "scatola delle meraviglie" contiene anche un leaflet con alcuni messaggi di comunicazione inerenti alla destinazione e i punti di forza del Settemari Balance Club Viva V Samanà.
"Uno dei motivi di maggior soddisfazione di questa campagna di lancio è la partnership con l'Ente del Turismo della Repubblica Dominicana e la catena Viva Wyndham Resorts a cui va il merito di aver accolto con entusiasmo il nostro invito a creare un piano di lancio così impattante e di ampio respiro. Come per altre destinazioni o prodotti quali Cuba, il Messico e il Settemari Club Punta Reina,

sostenuti rispettivamente dalle campagne di direct marketing di grande successo “Tagga la targa”, “Una vacanza che è già leggenda” e “Il Fuoriclasse delle Baleari”, abbiamo dedicato importanti risorse allo sviluppo di un contributo fortemente simbolico per l’approdo di Settemari in Repubblica Dominicana”, commenta **Chantal Bernini**, Marketing Manager Settemari.

“Con grande soddisfazione per il risultato, abbiamo lavorato affinché la confezione del nostro kit, non racchiuda solo il contenuto, ma sia essa stessa un mezzo di comunicazione, informazione e promozione. Il concept è altamente impattante e riporta le caratteristiche della destinazione e del nostro Balance Club” conclude Chantal Bernini.

In questi giorni, inoltre, l’operatore ha dato il via a una pianificazione di social ads mirati (Facebook e Instagram), collegati a una landing page per il download di un buono sconto di 100 euro a camera da presentare in agenzia all’atto della prenotazione.

Dalla metà di novembre partirà un altro step del piano che ancora una volta interessarà i social e il loro elevato potenziale di engagement, con un’accativante azione di gamification mirata a due obiettivi: mantenere viva l’attenzione su Samaná e il suo ricordo, creare visibilità attraverso la formazione online dedicata alle particolarità della zona.

Cioccolato e altre eccellenze gastronomiche della Repubblica Dominicana saranno protagonisti dell’ultimo step a gennaio con l’organizzazione di alcuni Choco Lab in differenti città italiane a cui prenderà parte anche la Direttrice dell’Ente Neyda Garcia per incontrare direttamente le agenzie di viaggi.