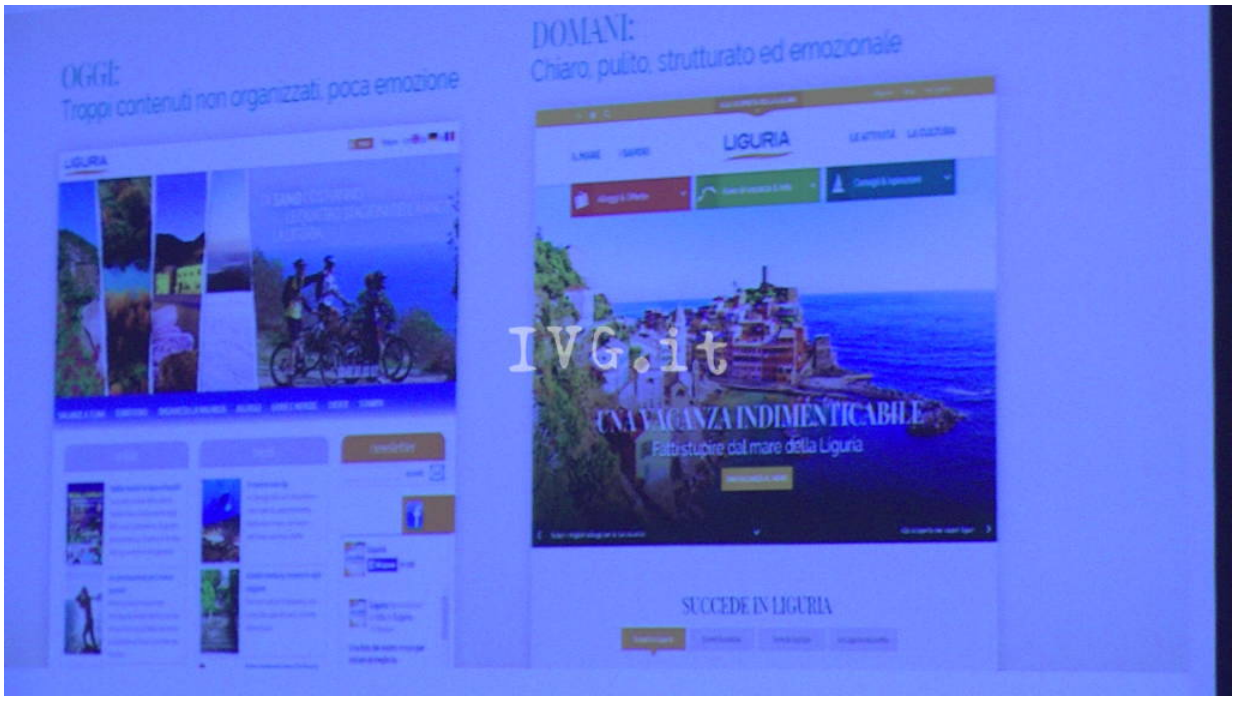
Agenzia In Liguria, in arrivo nuovo sistema web: “Innovativo ed emozionale, sarà un sito pazzesco”

di **Redazione**
02 Dicembre 2014 – 18:44



Liguria. Andrà in linea solo il 22 gennaio, ma già ora sta stupendo e conquistando gli addetti ai lavori. Si tratta del nuovo sito dell’Agenzia “In Liguria”, presentato oggi al Buy Tourism Online di Firenze.

Il BTO, evento annuale giunto ormai alla settima edizione nel quale si parla del futuro del mondo del turismo online e delle tendenze del settore, la nuova veste di www.turismoinliguria.it è andata in scena davanti a circa 70 albergatori e imprenditori turistici liguri.

Realizzato da Datasiel e da una web agency di Merano specializzata nel settore del turismo e del marketing turistico, la nuova piattaforma dovrebbe rappresentare quanto di più moderno presente sul mercato, e non ha mancato di suscitare commenti positivi da parte degli addetti del settore.

Un percorso decisamente meno “accidentato” della prima versione del sito, pensata nel 2006 e messa in linea soltanto nel 2010: in questo caso invece sono bastati 6 mesi per passare dal primo schizzo al progetto definito. “La scommessa è grossa – spiega Enisio Franzosi, direttore generale dell’Agenzia In Liguria – abbiamo in pochi mesi allestito un sistema web giudicato da chi l’ha già visto innovativo, coinvolgente ed emozionale. E’ qualcosa che ci rende orgogliosi ancora prima che sia sulla rete. La nostra redazione ci ha lavorato intensamente per sei mesi, incluso agosto, per costruire tutti i contenuti”.

Franosi non rivela nulla sulle nuova piattaforma, ma la soddisfazione è evidente: “Sarà un

sito pazzesco – afferma convinto – che si allinea sui livelli dei migliori siti turistici che in questo momento girano sulla rete. E' un sito ovviamente destinato ad invecchiare in un anno o due, come tutto quello che è su web – ammette – ma nel momento in cui sarà online penseremo già a come implementarlo e migliorarlo".

L'obiettivo del nuovo sito, alla fine, sarà sempre lo stesso: far vendere di più. "Dal sito ci aspettiamo innanzitutto dei dati di vendita – annuncia il direttore generale – ci aspettiamo che gli operatori ci diano i loro risultati, i miglioramenti delle loro performance aziendali, che è poi in effetti il nostro unico vero obiettivo".

E uno dei passi fondamentali in questo senso è rappresentato da Expo 2015. "Sicuramente la connessione con l'Expo ci vede in prima fila – conferma Franzosi – noi siamo una delle destinazioni di Expo. Siamo a una distanza tale che chi viene da paesi come India o Cina non la percepisce neanche, perché per loro essere a 150 km vuol dire essere in prossimità. Ed è proprio su quei mercati che facciamo riferimento: non tanto per l'aumento di presenze in quel periodo, quanto per approfittare di quel periodo per entrare in relazione proprio con quelle destinazioni, per costruire con loro delle relazioni destinate poi a durare negli anni a venire".