

Buone Prassi HeBS: Soluzioni per il Social Media Marketing nel 2011

HeBS

Hospitality eBusiness Strategies
<http://www.hospitalityebusiness.com>

libera traduzione di Francesco Baldini
<http://www.betakrea.net>
<http://blog.betakrea.net>
<http://twitter.com/betakrea>

documento originale
<http://j.mp/bp-hebs2011>

Quali sono le tue Soluzioni per i Social Media nel 2011?

Con l'arrivo del 2011 possiamo tranquillamente dire che una presenza su Facebook e Twitter con una strategia Social Media ben sviluppata non può più essere ignorata. Con l'inizio del nuovo anno è importante delineare metriche e obiettivi per il 2011. Capire come è stata la tua strategia nel 2010 è uno dei primi passi per determinare i bisogni per evolvere in questo 2011 per creare una forte connessione con fan e follower.

Prima di sviluppare la tua strategia per il nuovo anno rifletti su cosa ha avuto successo e cosa ha fallito nel 2010. Qual'è stata la campagna che ha avuto più successo e quanti fan o follower hanno partecipato? Chi sono, dal punto di vista demografico, i tuoi fan e follower e quali articoli nel 2010 li hanno coinvolti maggiormente? Come tutti i buoni propositi per il nuovo anno è importante capire cosa l'attuale strategia Social Media ci sta dicendo per impostare al meglio obiettivi e metriche di successo che portino la tua presenza al gradino successivo nel 2011.

Inizia. Gli esperti HeBS hanno valutato le strategie Facebook e Twitter del proprio portfolio clienti tenendo a mente i trend e le previsioni del settore per il 2011 per proporre iniziative chiave, raccomandazioni e idee creative per aiutare la tua presenza Social a crescere. Abbiamo anche stilato una top ten degli errori sui Social Media nel 2010, in questo modo puoi iniziare bene il nuovo anno e mostrare solo lato migliore.

Dalla misurazione del social media ROI all'integrazione del mobile in una strategia Social Media, ci sono molte conquiste da fare nel 2011. Analizza la nostra guida per il 2011 e determina quale soluzione si adatta meglio per la tua presenza sui Social Media.

Top 10 degli errori sui Social Media

1. Utilizzare una scaletta irregolare e poco frequente per la pubblicazione degli articoli
2. Pubblicare articoli noiosi e senza possibilità di interazione
3. Pubblicare lo stesso contenuto su Facebook e Twitter contemporaneamente
4. Creare pagine non ottimizzate per keyword carenti
5. Non rispondere a commenti o domande degli utenti
6. Incertezza nel taggare pagine fan all'interno di post per incrementarne la visibilità
7. Non reclutare follower all'interno della propria nicchia di mercato per costruirne una base
8. Incertezza nell'aggiornamento della pagina fan con foto ed eventi
9. Non personalizzare la pagina Twitter per caratterizzarne l'aspetto aziendale
10. Non utilizzare promozioni per fan e follower su Facebook e Twitter

Come avere un impatto significativo su Facebook?

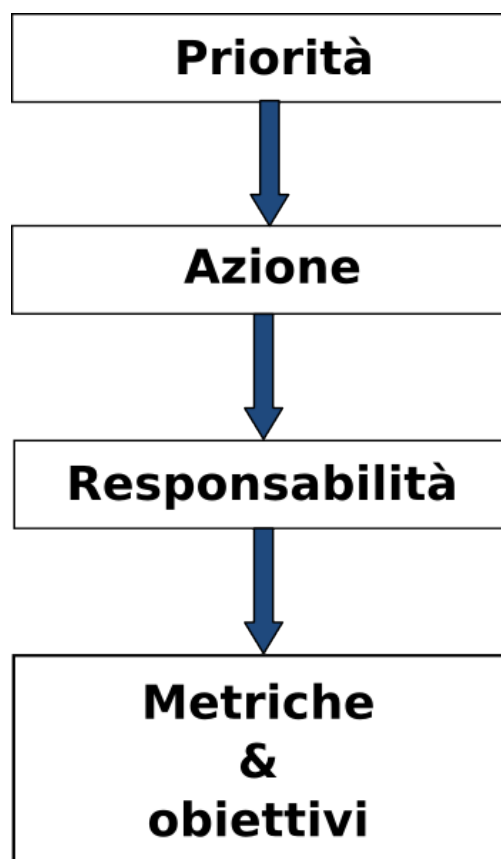
Con oltre 500 milioni di utenti, Facebook ha raggiunto una dimensione ed una visibilità molto ampia. Secondo Facebook stesso ogni mese gli utenti condividono oltre 30 miliardi di informazioni e trascorrono oltre 700 miliardi di minuti sul sito. Per questa ragione è importante approfittare della tua presenza su questo canale per sfruttare al meglio le sue impressionanti capacità virali.

Crea un Piano Social Media

Includi i Social Media nel tuo piano di marketing e delinea specifici obiettivi. Ciò ti consente di massimizzare la portata e migliorare le prestazioni delle tue azioni. Specificando quali segmenti stai tentando di raggiungere, puoi scegliere quali piattaforme di Social Media si adattano meglio.

Il tuo piano di social media dovrebbe includere obiettivi specifici e misurabili ed avere un calendarizzazione specifica. Dovresti inoltre specificare le metriche che saranno usate per misurare il livello di crescita delle performance. Allo stesso modo il monitoraggio di questi numeri e un lavoro di benchmarking dei concorrenti ti darà una conoscenza approfondita delle prestazioni. È inoltre utile considerare gli standard del settore e dei risultati quando deciderai le metriche di successo.

Usa una checklist con i principali obiettivi Social Media per dare priorità, assegnare responsabilità e specificare metriche e obiettivi di tracciamento. Questo documento organizza tutte queste informazioni in un unico luogo di facile accesso.



Priorità	Azione	Responsabilità	Metriche
Soddisfazione pubblica dell'ospite			
	Monitoraggio del buzz generato sulle tue attività nei social media e nei motori di ricerca		
	Monitoraggio del feedback del cliente per acquisire conoscenza sulle sue preferenze		
Intelligenza competitiva			
	Monitoraggio del buzz dei concorrenti		
	Monitoraggio del coinvolgimento dei concorrenti sui social media		
Social Media Engagement			
	Rispondere a recensioni/commenti (positivi e negativi)		
	Coinvolgere gli utenti su Facebook e Twitter		
	Incoraggiare le recensioni degli ospiti		
	Mantenere dei contenuti su siti di terze parti		
	Claim della struttura su servizi LBS (location based system), creare offerte speciali per incoraggiare i check-in		
	Migliorare le iniziative di PR discutendo su articoli di blog o menzioni		

Scrivi articoli interessanti e coinvolgenti.

Crea articoli stimolanti per affascinare gli utenti. Al fine di coinvolgere gli utenti, aumentare le visualizzazioni delle pagine e creare una relazione con l'utente dovresti scrivere articoli interessanti ed includere contenuti coinvolgenti per sollecitare la risposta dell'utente ed intensificare l'interazione sulla pagina. I post non dovrebbero essere una fonte di informazione a senso unico. Inizia i post con una domanda a risposta aperta, riempi gli spazi bianchi o richiedi di "like"/"mi piace". Includi inoltre chiamate a specifici segmenti di clienti per meglio direzionare il messaggio. Dovresti usare gli articoli per incoraggiare gli utenti a interagire, pubblicare immagini e fornire informazioni su servizi aggiuntivi che potrebbero ricercare.

Tattica	Esempio*
Domanda aperta	Se vincessi un buono spesa illimitato da spendere nel grande magazzino Harrods di Londra, qual'è la prima cosa che compreresti?
Richiesta di "like"/"mi piace"	Clicca "mi piace" per questo articolo se vorresti passare il prossimo fine settimana alle isole Canarie!
Riempi lo spazio bianco	Riempi-lo-spazio-del-venerdì: Devo ringraziare _____ se passerò il prossimo lunedì di Pasqua sulla costa Amalfitana.
Pubblicazione foto	Il Grande quesito è Panettone o Pandoro? Cosa preferisci per le feste di Natale? (Includi una foto)
Concorso	Concorso: il Lampredotto è un prodotto tipico toscano, in che città è più diffuso? 1.) Arezzo 2) Firenze 3) Pisa 2) Siena

* Esempi modificati per la traduzione

Domanda aperta



JW Marriott Indianapolis If you won a shopping spree at Indianapolis's Circle Center Mall, what would you buy first?
1,433 Impressions · 0.28% Feedback
October 26 at 4:01pm · Like · Comment · Share · Promote

View all 4 comments

Kevin Watson Next time I'm in Indianapolis I will check out the JW. However, I'll have to save up for my shopping spree. I work for a non-profit organization. LOL
October 28 at 6:03pm · Like · Flag

JW Marriott Indianapolis We can't wait to see you!
October 29 at 6:13pm · Like

Write a comment...

Richiesta di “like”/”mi piace”



Parrot Key Hotel and Resort in Key West 'Like' this post if you wish you were spending your weekend in Key West!

September 3 at 11:13am · [Comment](#) · [Unlike](#) · [Promote](#)

You and 40 others like this.



Jamie Waits [Like](#)

September 3 at 11:14am · [Like](#) · [Delete](#) · [Flag](#)



Dedra Bailey hell yeah !!!

September 3 at 11:16am · [Like](#) · [Delete](#) · [Flag](#)



Diane Plucinski and stumbling over to Louie's Backyard~

September 3 at 1:38pm · [Like](#) · [Delete](#) · [Flag](#)

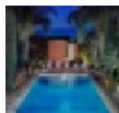


Catherine Zogbaum Boyer No doubt. Counting the days til next summer's visit.

September 3 at 2:30pm · [Like](#) · [Delete](#) · [Flag](#)

Write a comment...

Riempi lo spazio bianco



Grafton On Sunset Hotel West Hollywood Fill-in-the-Blank Friday: If I spent Thanksgiving at the Grafton on Sunset, I would be grateful for _____.

October 22 at 5:39pm · [Share](#)

Steve Armitage likes this.

[View all 9 comments](#)



Eddie Kiel the memories..

October 23 at 6:45am · [Flag](#)



Robin Durand FINALLY getting to use my 'mileage plus miles' to see the FABU weho!!!

October 24 at 8:16pm · [Flag](#)

Publicazione foto



JW Marriott Indianapolis The BIG question is... pumpkin pie or apple pie? Which type do you prefer on Thanksgiving?



2,433 Impressions · 0.33% Feedback

November 24 at 2:11pm · Like · Comment · Share

View all 8 comments



JW Marriott Indianapolis I hope everyone had a wonderful Thanksgiving! We hope to see you soon!
November 29 at 9:26am · Like



Pam Collier well pumkin of course!
December 3 at 10:57am · Like · Flag

Write a comment...

Concorso



Tranquility Bay Beach House Resort in Marathon Holiday trivia: Rudolph the Red-Nosed Reindeer was created as a promotion for what department store?

- A) J.C. Penny
- B) Montgomery Ward
- C) Macy's
- D) Nordstrom

December 3 at 11:21am · Share



Carlos Ramon Macy's... I guess
December 3 at 11:33am · Flag



Janine Coppola Lynch Macy's is my guess too:)
December 3 at 11:44am · Flag



Christy Volkert Karl Johnson Montgomery Ward
December 3 at 11:49am · Flag



Donna Farrell Mosser Yes, Christy is right. It's Montgomery Ward.
December 3 at 12:05pm · Flag



Carlos Ramon Awwwww!...:(
December 3 at 1:17pm · Flag



Rick Kes 1939!
December 3 at 8:43pm · Flag



Tranquility Bay Beach House Resort in Marathon The answer is Montgomery Ward! In 1939, a writer was hired to write a Christmas story to be give to holiday shoppers.
Monday at 12:48pm · 1 person · Flag

Alcune tattiche creative per il 2011:

Chiedi a fan e follower di commentare per accedere ad un'offerta speciale. Puoi dire che i primi dieci che commenteranno il tuo post riceveranno un codice, tramite un messaggio privato, per approfittare dell'offerta. Questo incoraggerà i fan a visitare una pagina in un giorno specifico e ad interagire con la te.

Un giorno prestabilito della settimana offri una promozione Facebook a fan e follower da usare in un arco di tempo specifico. Ad esempio, potresti offrire ai tuoi fan una brioche ed un caffè se vengono nel tuo bar tra le 13.00 e le 15.00 di un giorno prestabilito.

Includi foto coinvolgenti. Scatta delle belle foto al tuo locale che caratterizzino servizi speciali, eventi particolari o personaggi famosi. Pubblica queste foto sulla tua bacheca con dei post che spingano le persone a commentare, in questo modo appariranno nella loro pagina centrale (newsfeed). Questa azione promuoverà viralmente la tua attività e porterà fan alla tua pagina.

Includi offerte uniche

Evita di pubblicare esclusivamente pacchetti che sono già disponibili sul tuo sito. Assicurati di proporre offerte uniche ai fan o crea una promozione esclusiva per i primi dieci che vi aderiscono. Offrire degli extra a fan e follower da un valore unico alla tua pagina ed incrementa le visite.

Puoi:

- Rivelare un'offerta misteriosa che può essere trovata solo su Facebook o Twitter
- Pubblicare offerte speciali il venerdì su Facebook ed il martedì su Twitter solo sui tuoi canali Social Media

Dai agli utenti una ragione per visitare la tua pagina.

Incoraggia gli utenti a fare attenzione alla tua pagina. Gli utenti Facebook hanno la possibilità di tenerti nel loro newsfeed o cliccare su "nascondi". Analizza tutti i tuoi post e mettili nei panni del consumatore. Crei post interessanti e di valore? Oppure le tue informazioni sono noiose e non coinvolgenti? Crea contenuto fresco ed interessante, offerte uniche, post coinvolgenti per incoraggiare i fan a visitare ed interagire con la tua pagina.

Puoi:

- Offrire coupon stampabili sulla tua pagina Facebook o Twitter
- Fornire offerte esclusive o pacchetti su una landing page privata a cui solo fan e follower possono avere accesso
- Dai dettagli su servizi aggiuntivi del tuo hotel, piatti del ristorante o cocktail del tuo bar e rendi i visitatori del tuo sito, fan e follower, in grado di suggerirti un nome per questi nuovi servizi sulla bacheca della tua pagina
- Scatta foto agli eventi e tagga gli ospiti per incoraggiare la visita dei fan

Pubblica nuovi contenuti regolarmente:

È molto importante pubblicare con regolarità nuovi contenuti. Secondo le Buone Prassi dovrebbero essere pubblicati dai tre ai cinque articoli alla settimana. Se non sei in grado di farlo dovresti affidare questo lavoro ad un tuo dipendente o ad un'agenzia.

Secondo Social Media Examiner c'è una correlazione diretta tra la frequenza dei post ed il numero di fan.

Monitora l'orario del giorno in cui i fan sono più attivi. Solitamente succede a metà mattina e nel tardo pomeriggio. Assicurati di pubblicare i tuoi articoli durante questi orari per massimizzare la visibilità del tuo messaggio di marketing. Prova diversi contenuti e tattiche per vedere quale formato apprezzano di più i tuoi fan. Usa questa informazione per scrivere efficacemente, massimizzare il coinvolgimento degli utenti ed aumentare il "mi piace". Controllare le statistiche della tua pagina (per data in modo particolare) è un ottimo modo di misurare il successo dei tuoi articoli e dell'attività sulla tua pagina.

Scheda personalizzata

Crea una scheda (tab) personalizzata per mostrare i tuoi servizi ed incrementare l'interazione con la tua pagina. Includi molte immagini della tua attività per evidenziare i tuoi punti vendita e guadagnare margini sulla concorrenza. Inoltre includi un widget di prenotazione e cerca di ottenere indirizzi e-mail per la newsletter ed utenti che visualizzano il tuo sito da dispositivi mobili per aumentare le conversioni. Il tuo tab può essere usato per attirare l'attenzione su offerte speciali, incrementare la conoscenza dei principali eventi futuri o includere informazioni su un concorso o una promozione.

Dai all'utente un incentivo in più per diventare fan della tua pagina. Premia i fan con un cocktail gratuito al bar o un codice promozione esclusivo per ottenere uno sconto al prossimo soggiorno. Usa la tecnologia di rivelazione, dove una porzione del tab è accessibile solo ai fan. Questo suscita interesse e crescita della tua base utenti.

The image shows a screenshot of a hotel website with two widgets highlighted by red boxes. On the left, a box labeled "Email Widget" points to an "E-MAIL OFFERS SIGN-UP" form with a "Your Email" input field and a "GO!" button. On the right, a box labeled "Reservation Widget" points to a "QUICK RESERVATIONS" form with dropdown menus for "Check In" and "Check Out", input fields for "ADULTS", "CHILDREN", and "ROOMS", a "PROMO CODE" field, and a "GO!" button. The website background features a modern hotel lobby with the text "SOPHISTICATED LUXURY WITH A TWIST BECOME A FAN OF HOTEL SORELLA AND GAIN ACCESS TO EXCLUSIVE OFFERS". Below this, there are promotional banners for "STAY 2 NIGHTS, GET THE 3RD FREE" and "STAY & DINE AT BISTRO ALEX", along with a navigation menu at the bottom.

Come avere un impatto significativo su Twitter?

Twitter è un eccezionale mezzo per comunicazioni veloci e dirette. Con l'incremento dell'uso di smartphone i consumatori accedono sempre più ad Internet in movimento e pubblicano su Twitter tramite dispositivi mobili.

Twitta informazioni non promozionali.

Al fine di creare valore per la tua pagina, è necessario fornire informazioni esterne e rilevanti per la tua nicchia. Twittare solo su te stesso non aumenta l'interazione degli utenti e l'interesse dei consumatori. Evidenzia eventi nella tua zona, notizie locali e destinazioni interessanti per fornire valore aggiunto alla tua pagina e reclutare nuovi follower. Twittare informazioni interessanti incrementerà ed incoraggerà il coinvolgimento.

Segui utenti influenti.

Recluta follower rilevanti per creare una base utenti cercando tra gli account che hanno follower nella tua nicchia. Segui alcuni di questi individui per incrementare la visibilità e la conoscenza della tua pagina, questo aumenta le possibilità che questi possano a loro volta seguirti. È meglio avere una limitata base di follower rilevanti piuttosto che una grande quantità di utenti che non sono interessati al tuo messaggio.

Includi gli Hashtag per ampliare la portata

Includi hashtag rilevanti nei tuoi tweet per aumentare l'esposizione del tuo messaggio. Inserisci hashtag rilevanti (#parolachiave) per aggiungere il tuo tweet a conversazioni su particolari argomenti in corso su Twitter. Quando un utente cerca un hashtag vedrà il tuo messaggio che alla fine dirige traffico sulla tua pagina ed incrementa la tua base di follower.

Twitta con personalità.

I follower vogliono sentirsi connessi ad un brand e creare una relazione. Twittare in tono formale, o come un comunicato stampa, non suscita certo interesse. Usa una voce aziendale ma con tono informale, divertente che gioca sugli interessi dei consumatori per esporre al meglio la tua azienda. È importante mantenere professionalità ma riconoscere la natura informale di Twitter.

Interagisci con altri utenti Twitter.

Per creare una relazione di brand è cruciale interagire con altri utenti. Oltre a twittare contenuto interessante dovresti anche raggiungere individui ed incoraggiare una conversazione a due. Inviare una @risposta è una forma diretta di comunicazione su Twitter che dovrebbe essere usata per avere più visibilità con le persone e sollecitare l'interazione.

Tattica	Esempio
Chiedi una @risposta	Guess that #Notre Dame Football Friday Fact: Who did Notre Dame beat in the 1992 Snow Bowl? @reply us with your answer!
Chiedi un retweet	Retweet if you love being a hoosier! Check out fun things to do in the circle city

Prompt to @reply:

Guess that #Notre Dame Football Friday Fact: Who did Notre Dame beat in the 1992 Snow Bowl? @reply us with your answer!
11:00 AM Nov 19th via web

Prompt to retweet:

Retweet if you love being a hoosier! Check out fun things to do in the circle city <http://bit.ly/cAcC1C>
3:29 PM Nov 3rd via web

Genera conoscenza della tua pagina.

Per incrementare la conoscenza della tua pagina includi dei link o bottoni al tuo profilo sul tuo sito web, newsletter, firma e-mail ed altri strumenti di marketing. Questo incrementerà la visibilità delle pagine, la crescita della tua base di follower ed aumenterà la tua portata. È importante concentrarsi costantemente sulla crescita della propria base di follower per diffondere i messaggi di marketing ed aumentare il potenziale virale.

Monitora la tua pagina.

Ogni giorno dovresti cercare conversazioni generate sulla tua pagina e la tua attività. È importante rispondere sia a commenti positivi che negativi per incrementare la relazione di brand, ottenere un feedback di valore ed indirizzare commenti negativi. Cerca tutte le possibili varianti del nome della tua attività tramite la ricerca di Twitter e vedi cosa dicono gli utenti. Rispondi agli utenti per replicare a feedback positivi così che il tuo messaggio venga promosso sulla tua pagina. Puoi anche @rispondere agli utenti che fanno retweet del tuo contenuto per ringraziarli, creare relazione ed incoraggiarli a continuare nel retweet dei tuoi messaggi in futuro. I messaggi diretti dovrebbero essere usati per rivolgersi a feedback negativi per minimizzare la visibilità di commenti di questo tipo tra gli altri utenti. Invia messaggi diretti per mostrare che riconosci il problema e stai tentando di risolverlo.

Tattica	Esempio
@Risposta per incoraggiare la conversazione	@Shoelvr23 Oh, that's great! Well, we are excited for your visit and we hope that it will be a great game (as mostly all are)!
Messaggio diretto per replicare ad un feedback negativo	We're sorry to hear that you're upset! Check back closer to the 2012 Super Bowl for possible availability. We hope to see you soon!

@Risposta per incoraggiare la conversazione

@shoelvr23 Oh, that's great! Well, we are excited for your visit and we hope that it will be a great game (as mostly all are)!

4:26 PM Nov 11th via web in reply to shoelvr23

Messaggio diretto per replicare ad un feedback negativo



mattw7380 We're sorry to hear that you're upset. Check back closer to the 2012 Super Bowl for possible availability. We hope to see you soon!

less than 5 seconds ago

Personalizza la tua pagina.

Crea uno sfondo aziendale personalizzato con i colori e le immagini della tua attività. Includi un box con le informazioni di contatto così che i follower possano trovare facilmente informazioni. Le pagine Twitter con immagini sono seguite dieci volte più di quelle senza. In più le pagine con una biografia hanno circa otto volte i follower di quelle senza.

The screenshot shows the Twitter profile for JW Marriott Indy (@JWMarriottIndy). The profile header includes the JW Marriott Indianapolis logo, the name 'JW Marriott Indy', and the handle '@JWMarriottIndy'. The bio states: 'Styled with elegant sophistication and enhanced with unparalleled service, JW Marriott Indianapolis opens in February 2011.' The profile statistics show 184 Tweets, 1,907 Following, 1,119 Followers, and 61 Listed. The timeline contains several tweets promoting a contest where users can win a \$500 cash card by submitting photos of the hotel. A red box highlights the contact information in the bio, and an arrow points to it from a box labeled 'Information Box'.

Information Box

JW Marriott Indianapolis
10 South West Street
Indianapolis, IN 46204
1-317-822-8554
jwindy.com

Opening February 2011

JW Marriott Indy
@JWMarriottIndy Indianapolis, IN
Styled with elegant sophistication and enhanced with unparalleled service, JW Marriott Indianapolis opens in February 2011.
<http://www.jwindy.com>

184 Tweets 1,907 Following 1,119 Followers 61 Listed

Following 1,907 Followers 1,119

Similar to You

Ash_Marriott Ashbourne Marriott
courtyardpaso Paso Robles Marriott
marriottdowntown Hartford Marriott
Ogden_Marriott Marriott Ogden Hotel

About Help Blog Status Jobs Terms Privacy Shortcuts
Business Media Developer Resources © 2010 Twitter

JWMarriottIndy JW Marriott Indy
TWO days left to "like" your favorite photo of JW Indy – the photo with the most "likes" wins a \$500 cash card! <http://on.fb.me/cVVUZd>
21 hours ago

JWMarriottIndy JW Marriott Indy
The photos have been submitted! Tell your friends to "like" your photo by 12/9 to win a \$500 CASH CARD! <http://on.fb.me/cVVUZd>
6 Dec

JWMarriottIndy JW Marriott Indy
There are only TWO more days to submit your photo of JW Indy to #win a \$500 cash card! <http://on.fb.me/cVVUZd>
2 Dec

JWMarriottIndy JW Marriott Indy
Only 3 days left to submit your photo of JW Indy! The \$500 cash card prize would be a sweet holiday treat... <http://on.fb.me/cVVUZd>
1 Dec

JWMarriottIndy JW Marriott Indy
Who captured the perfect view of JW Indy? You be the judge! <http://on.fb.me/cVVUZd>
30 Nov

JWMarriottIndy JW Marriott Indy
@DvankelmuCPA Hi Dvan we are already fully booked but

Contenuto fresco. Contenuto fresco. Contenuto fresco.

Secondo le Buone Prassi dovresti creare nuovo contenuto almeno tre volte alla settimana. Scrivendo continuamente su Twitter nuove informazioni crei del valore alla tua pagina e dai ai follower una ragione per leggerti regolarmente. Twitter è una fonte di informazioni minuto per minuto, questo significa che i follower si aspettano le ultime notizie sulla tua pagina. Usa questo canale per pubblicare offerte temporali e informazioni dell'ultimo minuto.

Come puoi portare la tua Strategia Social Media al Livello Successivo?

Crea post settimanali.

Usa una programmazione settimanale dei post che coinvolga gli utenti, incrementi le visite regolari della pagina, generi conversazione e promuova la tua attività. Fan e follower si abitueranno ai tuoi articoli settimanali e visiteranno volontariamente la tua pagina per trovare le ultime informazioni per della settimana. Tutto ciò crea relazione con l'azienda e incrementa il traffico sulla tua pagina.

Tattica	Esempio
Media Lunedì	Pubblica un'immagine dei servizi dell'hotel, una vista pittoresca, un'attrazione interessante, un evento e fornisci qualche dettaglio in proposito.
Concorso Martedì	Fai una domanda unica ed interessante circa la destinazione e chiedi ai fan di rispondere. Posta l'immagine di un punto interrogativo con il tuo post per catturare l'interesse degli utenti
Cosa faresti Mercoledì	Elenca due luoghi nella tua zona e chiedi ai fan quale preferiscono. Questa domanda oltre a generare commenti potrebbe portare ad una conversazione.
Visto in città Giovedì	Chiedi agli utenti di pubblicare una foto che li riprenda scattata nella tua zona per incrementare i contenuti generati dagli utenti. Le foto possono essere fatte sia con macchine fotografiche che con dispositivi mobili.
Indovina dove Venerdì	Pubblica l'immagine di un'attrazione turistica o di un monumento poco conosciuto nella tua zona e chiedi ai fan di indovinare dove è stata fatta.
Riempi gli spazi bianchi Venerdì	Poni una domanda rilevante alla tua nicchia e metti in grado fan e follower di condividere le loro risposte.

Media



Springhill Suites Indianapolis Downtown Media Monday! We're steps away from the @Indianapolis Zoo... get wild with creatures under the sea or up in the trees!



115 Impressions · 0% Feedback

November 8 at 4:26pm · Like · Comment · Share

Concorso



Courtyard Indianapolis Downtown Trivia Tuesday! Who knows which famous music group was from Gary, Indiana?!



84 Impressions · 2.38% Feedback

November 16 at 3:28pm · Like · Comment · Share



Laura Jarusik Neidig Jackson 5

November 16 at 3:39pm · Like · Flag



Courtyard Indianapolis Downtown Yes, that's correct! Stay tuned for next week's Trivia Tuesday!

November 18 at 4:56pm · Like

Write a comment...

Foto



JW Marriott Indianapolis Photo Find Friday! Who knows where this photo was taken?



1,519 Impressions · 0.33% Feedback

December 3 at 5:22pm · Like · Comment · Share

Susan Niederstadt likes this.



Nick Murphy Indiana State Museum

December 3 at 5:25pm · Like · Flag



Pam Collier IN INDIANA...HAHAHAHA

December 3 at 7:18pm · Like · Flag



Tyson Weems Indiana state museum at white river state park on the canal

December 4 at 10:20pm · Like · Flag



JW Marriott Indianapolis That's correct! Stay tuned for this week's Photo Find Friday!

Monday at 9:25am · Like

Write a comment...

Posta serie che parlino a segmenti di clienti.

Ogni mese puoi implementare una serie di post, dove pubblichi articoli su un argomento per cinque o dieci giorni. Ogni giorno pubblichi qualcosa di diverso con un tema centrale. Potresti, ad esempio, lanciare una serie di articoli sui 5 migliori motivi per visitare la tua destinazione durante le vacanze o i 5 migliori servizi nelle camere del tuo hotel. Puoi anche creare una serie apposita per il cliente tipo del tuo hotel. Se la tua attività lavora molto con chi viaggia per affari, potresti evidenziare i 5 migliori servizi che offri dedicati a loro.

Check back on Monday, when we count down the Top 5 Reasons to Enter our South Bend Sweepstakes! <http://bit.ly/bNbFyY>

3:56 PM Oct 22nd via web

Reason #1: We're just steps from the University of Notre Dame, as well as other nearby attractions! <http://bit.ly/cJS4ii>

10:00 AM Oct 29th via web

Reason #2: Stay fit and get your work-out on at our on-site fitness center and indoor swimming pool! <http://bit.ly/cJS4ii>

8:44 AM Oct 28th via web

Reason #3: Enjoy a full range of services and amenities such as on-site laundry at our great South Bend hotel! <http://bit.ly/cJS4ii>

9:10 AM Oct 27th via web

Reason #4: "Stay connected" at FFI Notre Dame with free high-speed Internet access, business services and more! <http://bit.ly/cJS4ii>

8:28 AM Oct 26th via web

Reason #5: In our new South Bend guestrooms we've got it all, from pillow-top mattresses to flat screen TVs. <http://bit.ly/cJS4ii>

9:43 AM Oct 25th via web

The "Top 5 Reasons to Enter the South Bend Sweepstakes" post series

Includere foto nelle serie di post cattura l'attenzione nel newsfeed e dirige l'attenzione alla tua pagina. Inoltre, le immagini rafforzano il tuo messaggio e danno ai fan una visuale di attrazioni e servizi.

Including photos within the post series publishes the images through the newsfeed and virally promotes the page



Astor Crowne Plaza Hotel - New Orleans The number 4 Reason to visit the Astor Crowne in New Orleans is Christmas Tea in New Orleans. New Orleans continues its tradition of High Tea during the Christmas season. These teas are an elegant way to spend an afternoon. From the finger sandwiches, to the freshly baked scones and all the trimmings, to the last delicious bite of a chocolate covered strawberry, these teas are special experiences.



December 1 at 11:42am · Share

Emily Ditman likes this.



Michelle Nevels-Stacks Sounds like fun, but I called yesterday and you guys are booked every weekend I can get there :-(

December 1 at 12:41pm · Flag

Concorsi Facebook & Twitter.

Lanciare promozioni su Facebook e Twitter crea una base di fan e follower, genera conversazioni ed approfondisce la relazione di brand. Ogni promozione richiede che gli utenti diventino fan o follower della tua pagina e attivino la componente virale dei social media per partecipare. Puoi creare un concorso fotografico, dove gli utenti pubblicano una foto della tua destinazione ed altri fan possano votare la loro immagine preferita tramite il "mi piace". Questo incrementa la generazione di contenuto da parte degli utenti sulla tua pagina e promuove la tua attività attraverso il newsfeed con i "mi piace" degli utenti. Qualunque azione dai commenti ai "mi piace" promuove la tua pagina nel newsfeed.

Le promozioni su Twitter creano una base di follower, ampliano la portata e generano conversazioni. Queste promozioni richiedono che gli utenti diventino follower della pagina e facciano dei retweet della promozione iniziale o @rispondano ad una precisa domanda.

Successi HeBS

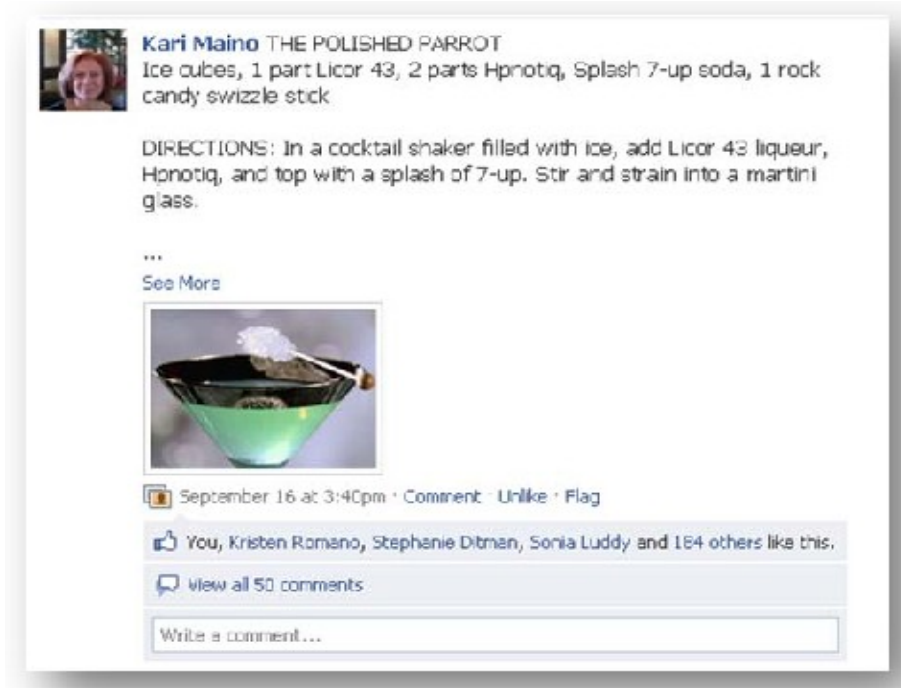
Concorso Fotografico su Facebook - JW Indy

- 764 nuovi fan - +188%
- 488 "mi piace"
- 297 commenti totali



Concorso Cocktail su Facebook - Parrot Key

- 526 nuovi fan - +81%
- 398 “mi piace”
- 114 commenti totali



Kari Maino THE POLISHED PARROT
Ice cubes, 1 part Licor 43, 2 parts Hpnotiq, Splash 7-up soda, 1 rock candy swizzle stick

DIRECTIONS: In a cocktail shaker filled with ice, add Licor 43 liqueur, Hpnotiq, and top with a splash of 7-up. Stir and strain into a martini glass.

...
[See More](#)



September 16 at 3:40pm · [Comment](#) · [Unlike](#) · [Flag](#)

[You](#), [Kristen Romano](#), [Stephanie Ditman](#), [Sonia Luddy](#) and 184 others like this.

[View all 50 comments](#)

Promozione Prendi una Stanza su Facebook – Grafton on Sunset

- Fan aumentati di 436 – +254%
- 163 “mi piace”



Grafton On Sunset Hotel West Hollywood Feeling sexy on the Sunset Strip? Get a room at The Grafton. Enter our Get a Room contest and LIKE the photo of your favorite suite by midnight PST on Thursday 9/16. If the photo you choose is voted as the #1 rendezvous room, you'll be entered to win a free night's stay in your preferred Sunset Strip suite. Sip seducti...

[See More](#)



Get a Room
5 new photos

September 13 at 12:09pm · [Like](#) · [Comment](#)

[Tracy Weldon](#), [Karen Patterson](#) and 2 others like this.

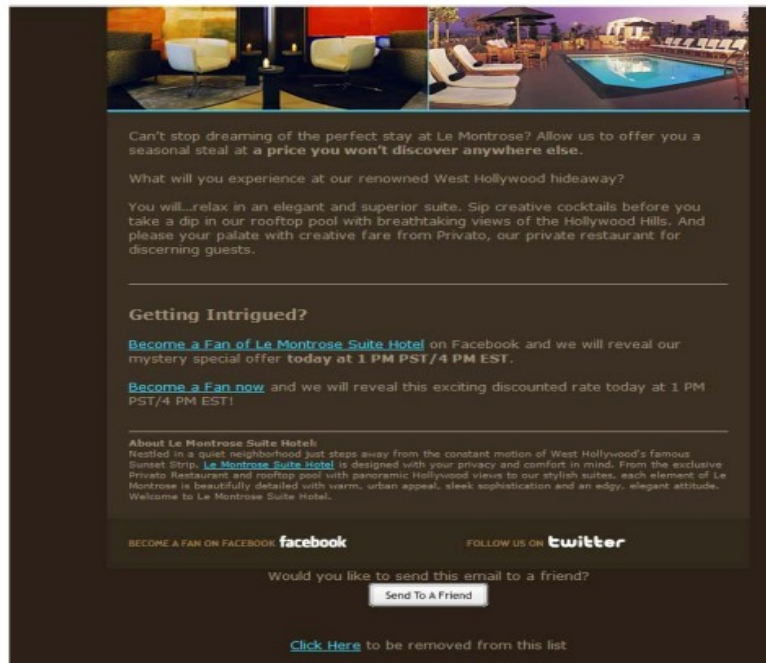
Grafton On Sunset Hotel West Hollywood Hit the "Share" button above + tell your friends. The more the merrier...these suites are oversized!
September 13 at 12:50pm · [Flag](#)

Tanya Demeris SHARED!!! I LUV YOUR HOTEL!!!! I NEEEEEEED To win this!!!!
September 15 at 5:13am · [Flag](#)

Nicole Gotti I like them all!!!! AHHHHH.
September 16 at 3:25pm · [Flag](#)

Offerta Speciale Mistero su Facebook - Le Montrose

- Made \$930 entrate attribuite
 - \$566 da click diretti su Facebook
 - \$507 dal codice del widget per il tracciamento delle prenotazioni
- 62 nuovi fan in 3 giorni



Misurazione del Social Media ROI

È importante utilizzare un mix di metriche rigorose e flessibili per misurare le prestazioni e determinare se i cambi di strategia hanno funzionato.

- Secondo Mzinga & Babson, l'84% degli addetti al marketing non misura il ROI per i Social Media.
- Secondo eMarketer sono tre le principali ragioni per cui gli addetti marketing non riescono a tracciare il ritorno sull'investimento: tracciare il ROI è difficile, ci sono troppe potenziali metriche fra cui scegliere ed gli addetti non iniziano con obiettivi chiari.

Le misure e le metriche dovrebbero essere organizzate basandosi su esposizione, coinvolgimento e ROI/uscite. L'esposizione si riferisce al numero degli utenti coinvolti nella strategia, il coinvolgimento misura le interazioni e le intenzioni di acquisto e ROI/uscite può essere misurato numericamente attraverso i benchmark.

Hard Metrics

Le Hard metrics possono includere l'impatto offline e le vendite online, quote di mercato e lead generati. Monitorarle porta ad indicare l'impatto diretto sui ricavi. Le Hard Metrics possono essere misurate offrendo un coupon stampato ai fan e follower, tracciabili dopo la vendita. È consigliabile creare un riquadro con sia le hard che le Soft metrics per tracciarne l'andamento.

Soft Metrics

Gli addetti al marketing che si basano troppo su ritorni finanziari trascurano i benefici non-finanziari dei Social Media, che preannunciano entrate.

Gli effetti qualitativi dei Social Media comprendono:

- Creazione di una relazione
- Aumento della brand awareness
- Incremento della visibilità
- Attività di condivisione

È importante considerare come i Social Media aiutino nell'abbattimento dei costi. Forniscono una visione d'insieme di valore sulle preferenze, attitudini, percezioni, sensazioni e comportamenti degli utenti ottenibili solo con una costosa ricerca. I social network forniscono una mezzo gratuito per condurre sondaggi e ricavare una visione dei comportamenti degli utenti.

I Social Media sono anche una risorsa per il CRM. Gli hotel possono usare le loro piattaforme Social Media per ottenere feedback e far nascere conversazioni bidirezionali.

Chi si occupa del marketing può misurare il valore sulla base delle metriche Soft. Il Social Influence Marketing Score (SIM) misura la parte di discussioni online dei clienti su un particolare brand ed i sentimenti nei suoi confronti (quanto gli utenti apprezzano o meno il brand). Questo tracciamento aiuterà a determinare quale tipo di coinvolgimento Social porta nuovi clienti. È poi possibile giocare con diverse metriche per calcolare il valore finale.

I Social Media migliorano la SEO. I motori di ricerca, come Google, lavorano in realtime, questo significa che i post dei Social Media appaiono all'interno di ricerche rilevanti. Ad esempio: un cliente HeBS appariva secondo nella prima pagine dei risultati per la keyword competitiva "Boston Hotel" grazie alla menzione in un tweet.

Social Media efficaci aiutano a dirigere traffico sul tuo sito. Link al tuo sito nel tab informazioni o all'interno di post dirigono traffico al tuo sito così che gli utenti possano ottenere più informazioni e prenotare. Comprendere codici di tracciamento all'interno dei link al tuo sito ti permette di tracciare il traffico generato dai tuoi canali social media così da portare più fan e follower.

Come puoi integrare la frontiera del Mobile nella tua Strategia Social Media?

È cruciale integrare iniziative sul mobile nella strategia social media del 2011. Secondo Google le ricerche da dispositivi mobili per termini collegati al settore travel ha avuto un incremento di 12 volte e le ricerche per termini specifici sugli hotel di 30 volte dal 2009 al 2010. Le persone non utilizzano il mobile soltanto per le proprie ricerche ma condividono, interagiscono con amici e navigano il web.

Prendi in considerazione di:

- Avere una versione mobile del tuo sito e tab Facebook personalizzati
- Lanciare promozioni per dispositivi mobili
- Promuovere iniziative dedicate al mobile sui social media pubblicando parole chiave e codici sulla tua bacheca
- Incoraggiare gli utenti a seguire i tuoi contenuti

Crea una lista di numeri telefonici con un widget su un tab personalizzato di Facebook. Simile a quella delle e-mail, puoi usare la lista per inviare messaggi su offerte last minute e attività interessanti. Il consumatore di oggi vive nell'era digitale, dove è sempre connesso al mondo esterno attraverso dispositivi mobili. Come risultato il consumatore è virtualmente sempre accessibile attraverso messaggi di testo. Inviando un messaggio promozionale è possibile ampliare ed incrementare la visibilità dei messaggi di marketing in qualsiasi momento e luogo.

Lancia una promozione mobile alla tua lista, puoi chiedere agli utenti di inviare un SMS con una parola chiave od un codice per poter vincere un premio. Puoi usare diverse parole chiave da associare a diversi interessi per creare una lista mobile della nicchia che può essere usata per inviare in futuro messaggi a target specifici.

Promuovi le iniziative mobile sul tab personalizzato di Facebook, nei post sulla bacheca e su Twitter. Questo incrementa la conoscenza e coinvolge gli utenti che possono approfondire la relazione con il brand.

Pensieri finali

Nel 2011 è imperativo considerare iniziative di marketing multi-canale che includano i social media ed il mobile. Impegnarsi nelle attività di social media ed aderire alle Buone Prassi ti permetterà di rafforzare i messaggi di marketing. Mentre utilizzi i social media considera:

- Formula e aderisci a piani di social media specifici, temporizzati e con obiettivi misurabili
- Pubblica nuovi contenuti almeno tre volte alla settimana
- Coinvolgi gli utenti attraverso domande aperte, richieste di "mi piace", riempimento di spazi bianchi e segmenta le richieste
- Interagisci con i follower attraverso @risposte, commenti e messaggi diretti
- Fornisci del contenuto unico su Facebook e Twitter per aumentare il valore ed incrementare le visite
- Usa temi creativi da pubblicare settimanalmente per incoraggiare visite regolari e una profonda relazione con il brand
- Implementa una serie di post per creare suspense, suscitare domande e aumentare l'interesse degli utenti
- Lancia promozioni su Facebook e Twitter per crearti una base di fan e follower, generare conversazione e promuovere la tua pagina
- Calibra le performance attraverso metriche Hard e Soft
- Includi iniziative per il mobile nella tua strategia per aumentare la portata ed il coinvolgimento degli utenti

libera traduzione di Francesco Baldini

<http://www.betakrea.net>

<http://blog.betakrea.net>

<http://twitter.com/betakrea>

documento originale

<http://j.mp/bp-hebs2011>