

TripAdvisor presenta TripAdvisor Connect, un'offerta dati per gli inserzionisti per raggiungere, coinvolgere e attivare al di fuori della piattaforma, oltre al sito e all'app del brand, un'audience di Internet fortemente intenzionata

Basata sui dati dei membri di TripAdvisor, la nuova soluzione aiuta gli inserzionisti ad attivare un pubblico targettizzato e coinvolto con il brand su canali come Facebook e Instagram

Milano, 8 ottobre 2019 – [TripAdvisor](#), la piattaforma di informazioni di viaggio più grande al mondo, ha annunciato oggi che TripAdvisor Connect, precedentemente in fase di beta test, è stato lanciato ufficialmente su Facebook e Instagram. La soluzione media al di fuori della piattaforma è basata sui dati dei viaggiatori e utenti del sito e permette agli inserzionisti di raggiungere un'audience su misura al di là del sito e della app di TripAdvisor.

TripAdvisor Connect aiuta gli inserzionisti che desiderano sfruttare il potere del brand @TripAdvisor sui canali social come Facebook o Instagram ad avere visibilità presso un pubblico targettizzato e particolarmente coinvolto. Nel prossimo futuro il nuovo team *media solutions* di TripAdvisor intende espandere la sua attività attraverso altri canali media dove l'azienda interagisce con i consumatori.

“Continuiamo a trovare nuovi modi per gli inserzionisti di utilizzare i nostri dati globali e il nostro brand attraverso format creativi che portano traffico al loro business, che sia sul loro sito o app o sulla loro pagina di TripAdvisor” ha dichiarato Christine Maguire, Vice President, Advertising Revenue, TripAdvisor, Inc. *“Con i dati di milioni di utenti della nostra piattaforma, possiamo aiutare i nostri inserzionisti partner a raggiungere, coinvolgere e attivare una nuova audience fortemente intenzionata al di fuori del sito e app di TripAdvisor. Per i 10 milioni di follower che interagiscono con il nostro brand su siti come Facebook e Instagram, TripAdvisor è una parte fidata e influente del loro processo decisionale”.*

Gli inserzionisti possono così beneficiare dei dati dei viaggiatori di TripAdvisor per creare un'audience su misura che può essere raggiunta al di fuori della piattaforma dell'azienda. Facendo leva sul brand @TripAdvisor su canali come Facebook o Instagram, gli inserzionisti possono utilizzare una varietà di soluzioni multi-media creative per costruire più efficacemente *awareness* e considerazione presso i consumatori che hanno un'affinità predisposta con i loro prodotti o servizi... tutto al di fuori della piattaforma TripAdvisor.

Per i viaggiatori il valore del brand TripAdvisor è considerato all'interno di ogni fase del processo decisionale¹:

- il 49% dei viaggiatori (1 su 2) afferma che TripAdvisor li ha ispirati a visitare una nuova destinazione
- 3 viaggiatori che prenotano online su 5 dicono di aver visitato TripAdvisor durante il processo decisionale
- l'86% dei viaggiatori legge le recensioni prima di decidere se acquistare un viaggio

Per saperne di più su TripAdvisor Connect rivolgersi al proprio rappresentante commerciale di TripAdvisor oppure [cliccare qui](#) per essere contattati da un rappresentante di TripAdvisor.

¹Studi TripBarometer 2018, 2016