

AGENZIE AZIENDE

Azono Travel riconferma Cdweb per search e digital strategy

Il tour operator specializzato in viaggi su misura punta ancora sull'agenzia guidata da Pietro Marilli

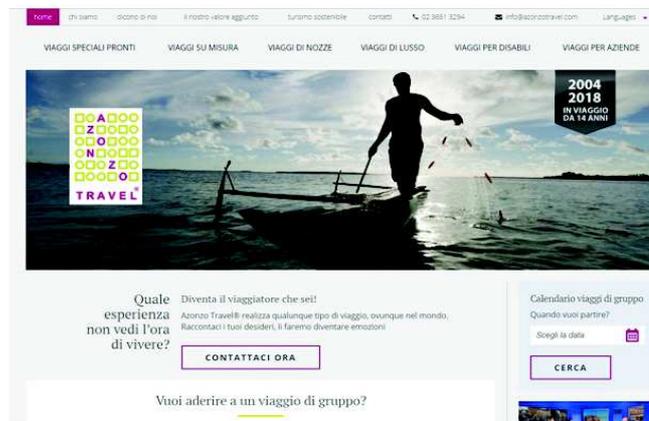
di Lorenzo Mosciatti 15 maggio 2018

Condividi questo articolo

f 1 t 1 in 0



Azono Travel, il **tour operator** con quindici anni di esperienza in viaggi su misura, affida anche per il 2018 la Search e la Digital Strategy all'**agenzia** milanese Cdweb.



Quello che ha convinto e soddisfatto ampiamente Azono Travel, società di cui **Fabio Chisari** è founder e Ceo, è il **Search Marketing Design**, l'approccio integrato che Cdweb applica ai suoi clienti: non solo farsi vedere, ma farsi trovare nel modo e nel momento giusto, come spiega **Pietro Marilli**, founder e Ceo dell'agenzia. "Partendo dall'analisi dei dati, abbiamo disegnato una **strategia personalizzata per raggiungere il potenziale cliente/viaggiatore**. Il Search Marketing Design è il nostro approccio integrato che unisce search (visibilità mirata), marketing (strategia) e design (contenuti e sviluppo ottimizzati per le conversioni), per creare sempre messaggi rilevanti e che portino al raggiungimento degli obiettivi".

Commenta Fabio Chisari: "Non è stato difficile trasmettere a Cdweb le mie esigenze e i miei desideri: ovvero che Azono Travel fosse visto da un gran numero di persone che amano viaggiare lontano dal turismo di massa. Io mi occupo poco di Seo, Sem... preferisco concentrarmi sulla realizzazione dei programmi di viaggio, e sul coltivare una relazione il più possibile diretta con i nostri clienti. Avevo però bisogno di un sito con una **redemption importante**. Per questo mi sono affidato a chi fa questo da una vita".

In un settore ad alta concorrenza online, come il turismo, era importante per Azono Travel avere un approccio integrato con un unico interlocutore, che avesse il focus su visite di qualità e conversioni. "Insomma" conclude Chisari "Io mi occupo di viaggi, il resto lo lascio fare a Cdweb!".



Ultimi Articoli

PROGRAMMATIC ITALIA

Hearst, un team misurerà l'efficacia data-driven degli spazi adv del gruppo

PROGRAMMATIC ITALIA

Amazon pronta a testare una nuova offerta display in retargeting

MEDIA

Poligrafici Editoriale, pubblicità online a +11% nel primo trimestre

MEDIA

Mediaset, raccolta in leggera crescita nei 5 mesi; ora focus sui Mondiali di Russia

RICERCHE

Un quarto degli utenti associa la parola "fake" ai social, secondo uno studio di Teads

MEDIA

Editoriale Domus cresce grazie a digital e professional

MEDIA

Ninja Marketing diventa Ninja e si apre al branded content

SOCIAL

Su Snapchat ecco gli spot non-saltabili da 6 secondi

MEDIA

Diritti tv Serie B, in sette in corsa per le dirette 2018-2021

MEDIA MOBILE

114mila utenti per i chatbot targettizzati di Fox, FoxLife e Fox Sports

