

Tuesday, September 22, 2009

## STUDIU DE CAZ: TABITA TOUR

Filadelfia Group este formată dintr-o serie de firme: Filadelfia Turism, Tabita Tour, Filadelfia Marfă și Filadelfia Construct. Mediatic s-a angajat să dezvolte strategia de comunicare online a companiei. Într-o prima etapă, Mediatic s-a concentrat pe transpunerea valorilor companiei și a serviciilor Tabita Tour în mediul online.



### ***Context general***

Pentru ca strategia Tabita Tour să se pleze cât mai bine pe serviciile ce urmau a fi oferite de companie în mediul online, Mediatic a realizat o analiză detaliată a pieței pe acest segment. În urma centralizării rezultatelor, s-a dovedit faptul că peste 65% din persoanele care intenționează să utilizeze autocarul pentru deplasări, se informează de pe Internet despre acest tip de servicii. Mai mult, aceștia se declară interesați să rezerve bilete sau să rezerve autocare și microbuze utilizând mediul online.

Astfel, comunicarea online a devenit o prioritate în strategia de vânzări a companiei. Facilitarea rezervărilor pe rute intene și internaționale și informarea completă au devenit obiective specifice.

## **Soluție**

Pentru a atinge obiectivele de vânzări stabilite, instrumentul principal de comunicare online a fost site-ul [www.tabitatur.ro](http://www.tabitatur.ro). Construit de Mediativ pe baza atributelor mărcii Tabita Tour și a valorilor companiei Filadelfia Group, aplicația web a fost construită și lansată în Mai 2009. Acesta s-a concentrat în primă fază pe prezentarea detaliată a serviciilor într-un context simplu și comod pentru utilizator.

Promovarea serviciilor de rezervări online prin optimizarea aplicației din punct de vedere a optimizării pentru motoarele de căutare (SEO) și prin inițierea unor acțiuni de publicitate contextuală (SEM). Totodată, pentru a oferi o expunere mai mare a serviciilor de închirieri autocare, Mediativ a susținut o acțiune de expunere a companiei în cadrul siteurilor, forumurilor, blogurilor care aveau ca subiect de dezbateră: conferințe, nunți sau excursii.

Totodată, îmbunătățirea serviciilor Tabita Tour prin apelarea la mediul online, a fost comunicată și offline în toate agențiile Tabita Tour din țară. Astfel, a avut loc o acțiune de marketing direct și publicitate, lucru care a asigurat maximizarea impactului sitului și o bază de potențiali clienți în continuă creștere.

## **Rezultate**

În doar trei luni de la lansare, numărul mediu de vizitatori unici pe săptămână a crescut constant: +131%. Traficul a devenit regulat și stabil, volumul de vânzări fiind unul ascendent, inclusiv în zilele de weekend. De asemenea, baza de date a persoanelor interesate de informațiile Tabita Tour a avut o creștere de aproximativ 150%, în prezent stabilizându-se la o creștere constantă a abonaților.

--

Vizitează: [www.mediatic.ro](http://www.mediatic.ro)