

Klaus Davi: "Giusto usare gradimento social per promuovere servizi"

di AdnKronos
19 Maggio 2019

Roma, 19 mag. - (AdnKronos) - "Quello che la compagnia cerca sono testimonial, influencer, promotori dei servizi che offrono, più che figure professionali strutturali, per cui il criterio della scelta in base al gradimento della rete è legittimo, e questa campagna è una buona idea". Così il giornalista e massmediologo Klaus Davi commenta all'Adnkronos la campagna della Moby Tirrenia per selezionare, attraverso il gradimento sui social e poi con una giuria, tre figure per valutare i servizi a bordo delle navi traghetto: un 'food lover', un 'travel expert' e un 'family manager'.

"Il criterio è legittimo perché si testano la popolarità e il consenso, la valutazione è sulla percezione del video, si valutano il linguaggio e le immagini con cui si propongono, che per quel tipo di funzioni va benissimo - ribadisce - Mi sembra una scelta giusta, proprio perché non sono lavori legati all'attività della compagnia in senso stretto ma sono testimonial".

PUBBLICITÀ

[*inRead invented by Teads*](#)

"Si tratta di una selezione che ha un occhio concentrato su un target che sui social ha un rapporto forte, servizi che si vogliono promuovere sono destinati a chi ha dimestichezza con i social che è già una scelta di campo", conclude il massmediologo.