



MKTG E TURISMO: IL PERCORSO GIUSTO PER RIPARTIRE FACENDO LA DIFFERENZA

MKTG DIGITALE nel settore TURISMO

**CUSTOMER JOURNEY:
LA NOSTRA VISIONE SUL MONDO DIGITALE**

Il customer journey nel settore turistico

Le fasi del viaggio svolte on line

Fasi del viaggio svolte online

Il questionario è stato sottoposto nel mese di Settembre 2015. Il campione finale è composto da 1025 turisti che negli ultimi 12 mesi hanno fatto almeno una vacanza di quattro o più notti in una sistemazione a pagamento e svolto online almeno una fase del viaggio (ricerca informazioni, prenotazione, condivisione dell'esperienza, scrittura di recensioni).

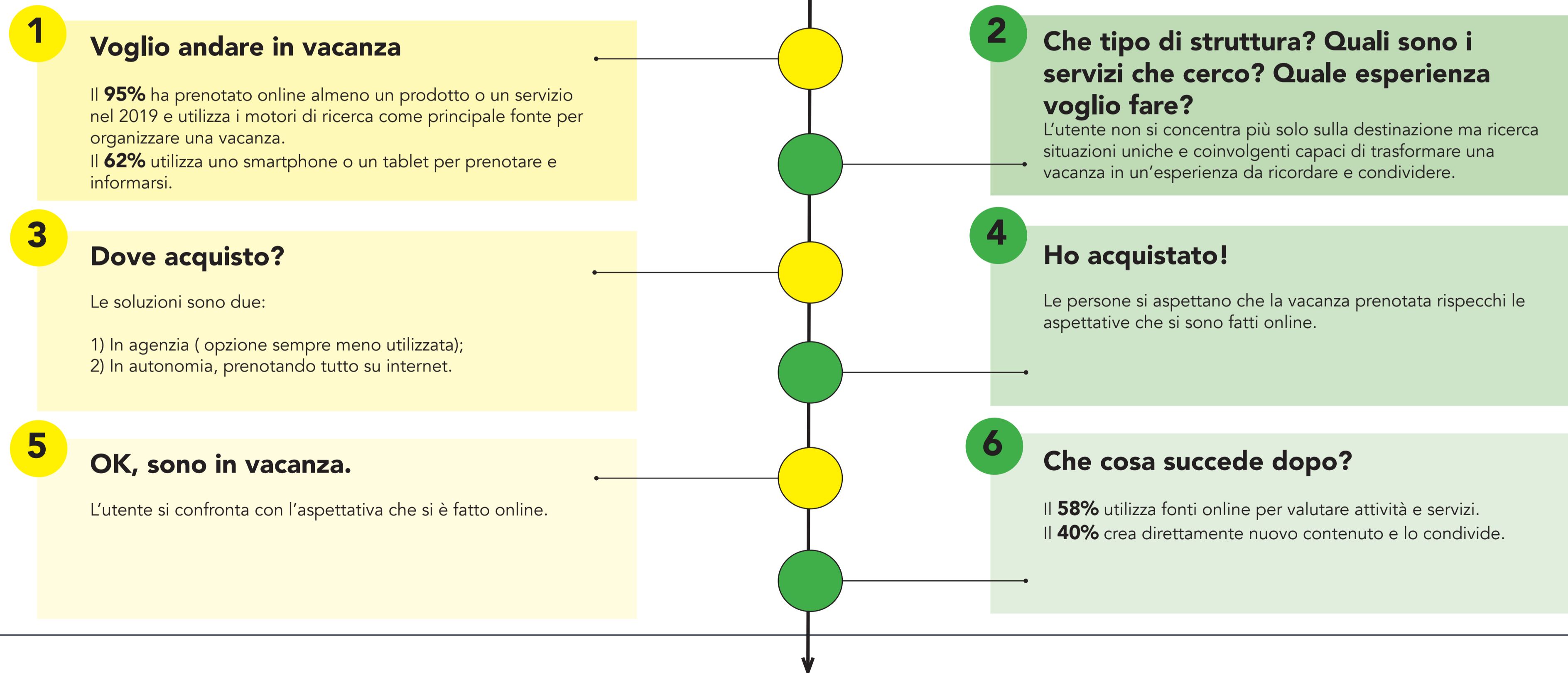


06. Quali delle seguenti attività hai fatto su internet prima, durante e dopo la tua ultima vacanza a...? Valori % - (Base: totale campione 1025)



Il customer journey nel settore turistico

Qualcosa è cambiato nel settore turistico



Oggi più che mai è importante modificare il linguaggio con il quale comunicare ai propri clienti o potenziali tali, per questo motivo è necessario modificare le strategie e la comunicazione in base alla situazione attuale. Il nostro approccio è quello di passare:

DALLA SINGOLA ATTIVITÀ, ALL' ACQUISIZIONE DI UNA VISIONE DELL' ESPERIENZA DEL CLIENTE A 360°.

Un'offerta completa operata da professionisti del turismo, che copre tutti i bisogni del vostro cliente.

**ACCRESCI LA
COMPETITIVITÀ
DELLA TUA
STRUTTURA**



BRANDING



**GESTIONE DELLE
FACILITIES ED
EXPERIENCE**



CUSTOMER CARE

Innova, specializza e integra l'offerta in base al mercato di riferimento.

Diffondi la tua voce e diventi un leader digitale accrescendo la tua Brand Reputation.

Fai in modo che l'esperienza di soggiorno rispecchi quella promessa al momento della prenotazione.

Mantieni relazioni con il cliente anche dopo il check out, affinché ritorni da te.

Accresci la competitività della tua struttura

Innova, specializza e integra l'offerta

+ 86%

Utilizza internet per prenotare.

IL NOSTRO APPROCCIO

Travel experience personalizzata: sappiamo come personalizzare l'esperienza del tuo cliente.

Utilizziamo i tool di **Google, Facebook, Instagram, LinkedIn (business), OTA, SITO ISTITUZIONALE** per migliorare il tuo posizionamento sui motori di ricerca e sui social media, aumentando le possibilità di farti trovare dai tuoi clienti.

BRANDING

Diffondi la tua voce e diventa un leader digitale

+ 58%

Utilizza fonti online per
valutare
attività e servizi

IL NOSTRO APPROCCIO

Un'altra parte fondamentale della tua presenza online è la tua **identità**: fai conoscere alle persone le tue attività e i tuoi servizi in modo coerente e corretto all'interno di tutti gli attori **del digital**.

Noi possiamo aiutarti a consolidare il posizionamento della tua struttura accrescendo la tua **Brand Reputation**.
Vogliamo che sia la tua identità a parlare per te.

Gestione delle facilities e delle experience

“Devi fare in modo che l’esperienza di soggiorno rispecchi quella promessa al momento della prenotazione.”

IL NOSTRO APPROCCIO

Grazie alla professionalità di esperti del turismo siamo in grado di supportarti nell’implementazione di una strategia che parta da quando il tuo cliente è ancora in casa e inizia a pianificare il suo viaggio, per proseguire con esperienza nella tua struttura, fino alla **customer care**. Il nostro **marketing mix** viene strutturato da un team formato da professionisti della comunicazione e professionisti del turismo, che mettono insieme le proprie competenze per darti il miglior risultato possibile.

CUSTOMER CARE

“Mantieni relazioni con il cliente dopo il check out, affinché ritorni da te.”

IL NOSTRO APPROCCIO

Siamo in grado di supportarti anche nella fase successiva al soggiorno del tuo cliente. Il nostro **marketing mix** prevede anche strumenti di fidelizzazione e quindi mantenimento del cliente, attraverso varie attività con lo specifico scopo di coccolarlo anche dopo il check out.

MKTG DIGITALE nel settore TURISMO

**DAL MARKETING STRATEGICO
AL MARKETING EMOZIONALE : STRATEGIA**

Cosa dobbiamo fare per differenziare il BRAND

E' IMPORTANTE CREARE UNA STRATEGIA DI MARKETING DA METTERE IN ATTO PER RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI PREPOSTI, IL TARGET STABILITO E INDIVIDUARE LE AZIONI NECESSARIE DA INTRAPRENDERE.

BISOGNA CAPIRE DOVE E COME POSIZIONARE LA STRUTTURA ALL'INTERNO DEL MERCATO. IL POSIZIONAMENTO SERVIRÁ ALL'IDEAZIONE DELLE ATTIVITÁ CHE FARANNO IL SUCCESSO DELL'AZIENDA.

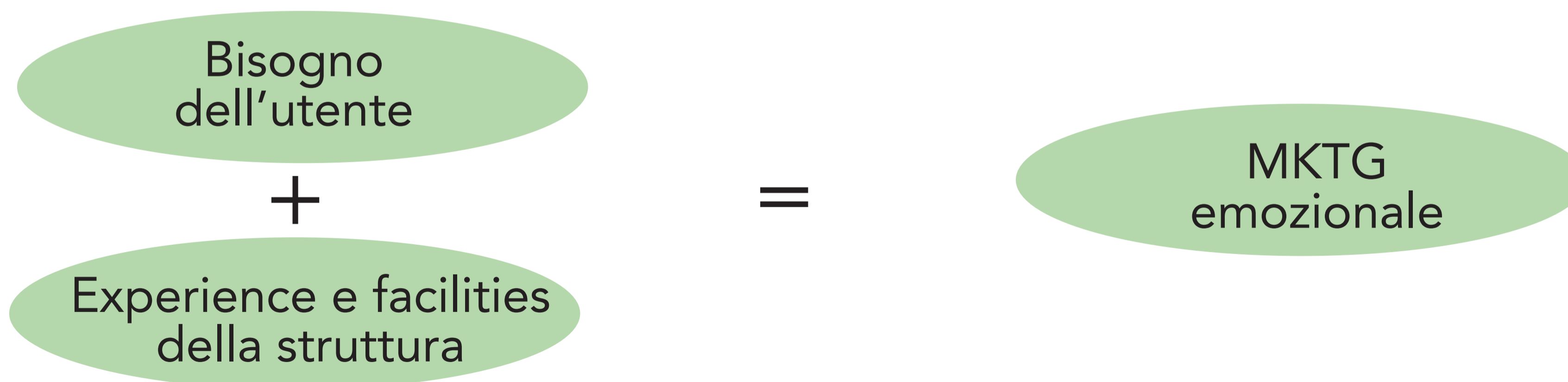
VALORE

PERCEZIONE

DIFFERENZIAMENTO

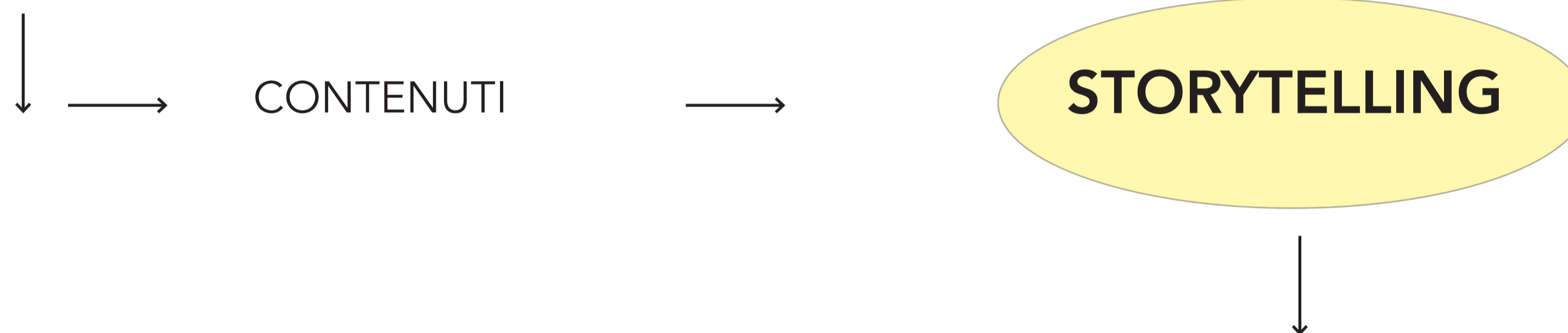
Dalla STRATEGIA la marketing EMOZIONALE

L'esperienza di viaggio del turista, inizia da casa. **La struttura dovrà essere in grado di proiettare già da questo momento** il turista nel "mondo vacanza" verso cui è orientato. Si parla di **marketing esperienziale**, che si pone come obiettivo quello di trasmettere un'emozione, dove il soggetto principale è l'esperienza che il cliente attore in qualche modo **VUOLE vivere**.



Dal bisogno allo STORYTELLING

“COME POSSO ATTIRARE E COCCOLARE
UN CLIENTE CHE È ALLA RICERCA DI UNA
STRUTTURA RICETTIVA?”



Lo storytelling ci permette di far “sentire” il viaggio prima ancora di provarlo e prima ancora di decidere di acquistarlo. Crea una relazione di fiducia, coinvolgimento e vicinanza con le persone. Raccontare la storia della struttura permette all’utente di entrare a far parte di essa ancor prima di viverla.

Dallo STORYTELLING al MKTG territoriale

Raccontare la storia della propria struttura, di come è nata, del know how che abbiamo deciso di mettere in gioco per crearla. È importante raccontare alle persone il cosa, il come e il perché dovrebbero scegliere la nostra struttura piuttosto che un'altra. Altro aspetto da raccontare è sicuramente il territorio in cui ci troviamo.

Dove siamo? Cosa ci offre?

Raccontare il territorio è un altro modo per coinvolgere l'utente ancor prima di averlo come ospite. Questo non vuol dire soltanto narrare dove siamo, vuol dire cominciare a fare rete con altre realtà locali che possono rafforzare i servizi che la struttura può offrire.

Es: sono in Trentino, faccio una collaborazione con una realtà locale che produce formaggio tipico. In tal modo si creano sinergie interne ed experience per il cliente.

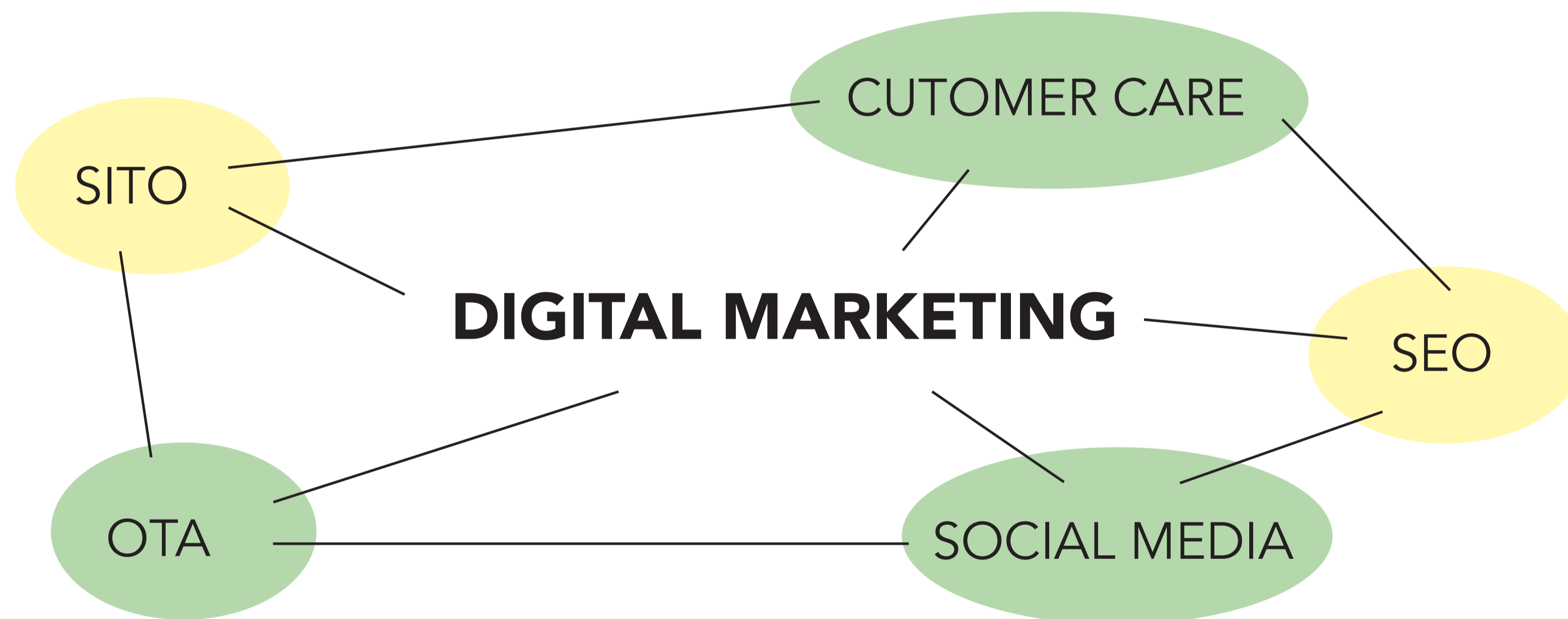
CREARE UN RETE DI SERVIZI OFFERTI DALLA STRUTTURA, COSÌ CHE ESSA FACCIAMO RETE TERRITORIALE

MKTG DIGITALE nel settore TURISMO

**DIGITAL: SE NON CI SEI DENTRO
È COME SE NON ESISTESSI**

LA PRESENZA ONLINE È UN ECOSISTEMA

Una strategia integrata è la soluzione giusta per affrontare il digitale



Il **digital marketing** è qualcosa che dovrebbe essere gestito **a tutti i livelli, su tutti i canali**, per fornire una strategia completa che coinvolge **tutta la presenza online**.

SITO

Avere un sito usabile e ben curato fa la differenza.

È importantissimo ricordare che l'esperienza di viaggio del nostro cliente comincia quando è ancora in casa e inizia a pianificare il suo viaggio, quindi è fondamentale esserci sin da questo momento. La prima cosa che fa è andare su Google.

OBIETTIVI

Fare in modo che gli utenti che atterrano sul tuo sito riescano a navigarlo in modo semplice ed efficace. Questo deve essere usabile, deve avere immagini d'impatto che valorizzino la struttura, l'utente deve trovare subito il form per la prenotazione, la sua procedura deve essere semplice e immediata.

VANTAGGI

In questo modo potrai avere maggiori prenotazioni dirette.

SEO e BLOG CONTENT

Esserci al momento giusto.

Gli annunci saranno visualizzati sui siti e sulle app quando gli utenti stanno cercando o potrebbero essere interessati ai servizi che offri. È necessario produrre contenuti interessanti che facciano risaltare la tua struttura rispetto a quella dei tuoi competitors.

OBIETTIVI

Permettere alla struttura di essere trovata facilmente nella moltitudine di internet.

VANTAGGI

Attraverso questi due strumenti ti è possibile far viaggiare l'utente da casa e allo stesso tempo incrementare le prenotazioni dirette.

OTA

La ricerca è spesso fatta sulle OTA, che permettono all'utente di avere una comparazione semplice e veloce dell'offerta.

È importante quindi, avere un sito istituzionale ed inoltre collaborare con le OTA.

OBIETTIVI

Collaborare con le OTA vuol dire avere maggiore visibilità e quindi possibilità di vendere il proprio servizio.

VANTAGGI

Maggiore possibilità di vendere i propri servizi, non solo il vitto e alloggio, ma anche le experience che la struttura propone.

Inoltre è possibile targettizzare ulteriormente l'offerta raggiungendo il target desiderato, es: creare un'offerta ad hoc durante lo Spring Break americano.

SOCIAL MEDIA

Facebook, Instagram e LinkedIn (per clienti business).

Contenuti sempre aggiornati, immagini coerenti con la brand identity, che valorizzino la tua struttura. Sponsorizzazioni personalizzate e finalizzate ai target che più ti interessano; in modo tale da colpire esattamente la fetta di mercato che ti interessa.

OBIETTIVI

mostrare e valorizzare la tua struttura, creando aspettative realistiche, che ti aiutano a consolidare le relazioni con gli utenti, ma anche a trovarne di nuovi.

VANTAGGI

Connettersi con il pubblico sui social media potrebbe essere uno dei maggiori vantaggi per te. Condividere contenuti appropriati per entrare in sintonia con le persone, le aiuterà a percepire la tua struttura ricettiva come un luogo più vicino al loro mondo e quindi più coinvolgente.

CUSTOMER CARE

Molto spesso trascurata è la parte successiva al soggiorno del cliente. La sua esperienza non finisce con il check out. Per far questo esistono degli strumenti che ti aiutano, identificati come customer care. Di questi fanno parte le newsletter, le promozioni speciali e personalizzate ed altre attività che hanno l'obiettivo di continuare a coccolare il cliente anche quando è tornato a casa sua.

OBIETTIVI

Mantenere e rafforzare il rapporto creato con il cliente.

VANTAGGI

Con questi strumenti hai la possibilità di fidelizzare e coccolare il cliente.

MKTG DIGITALE nel settore TURISMO

COSA CI CONTRADDISTINGUE?

4 MOTIVI PER SCEGLIERE FLO

1

CONOSCIAMO MOLTO BENE IL SETTORE DEL TURISMO

I nostri professionisti del turismo vantano anni di esperienza sia in grandi strutture che in medie/piccole strutture: hotel, b&b, agriturismi e ostelli.

2

IL NOSTRO TEAM

Il nostro TEAM è formato da un mix di professionisti del settore turismo e professionisti della comunicazione che mettendo insieme le loro competenze hanno formato una task force con l'obiettivo di aiutarti in questo difficile momento.

3

TI DIAMO UNA FIGURA DEDICATA

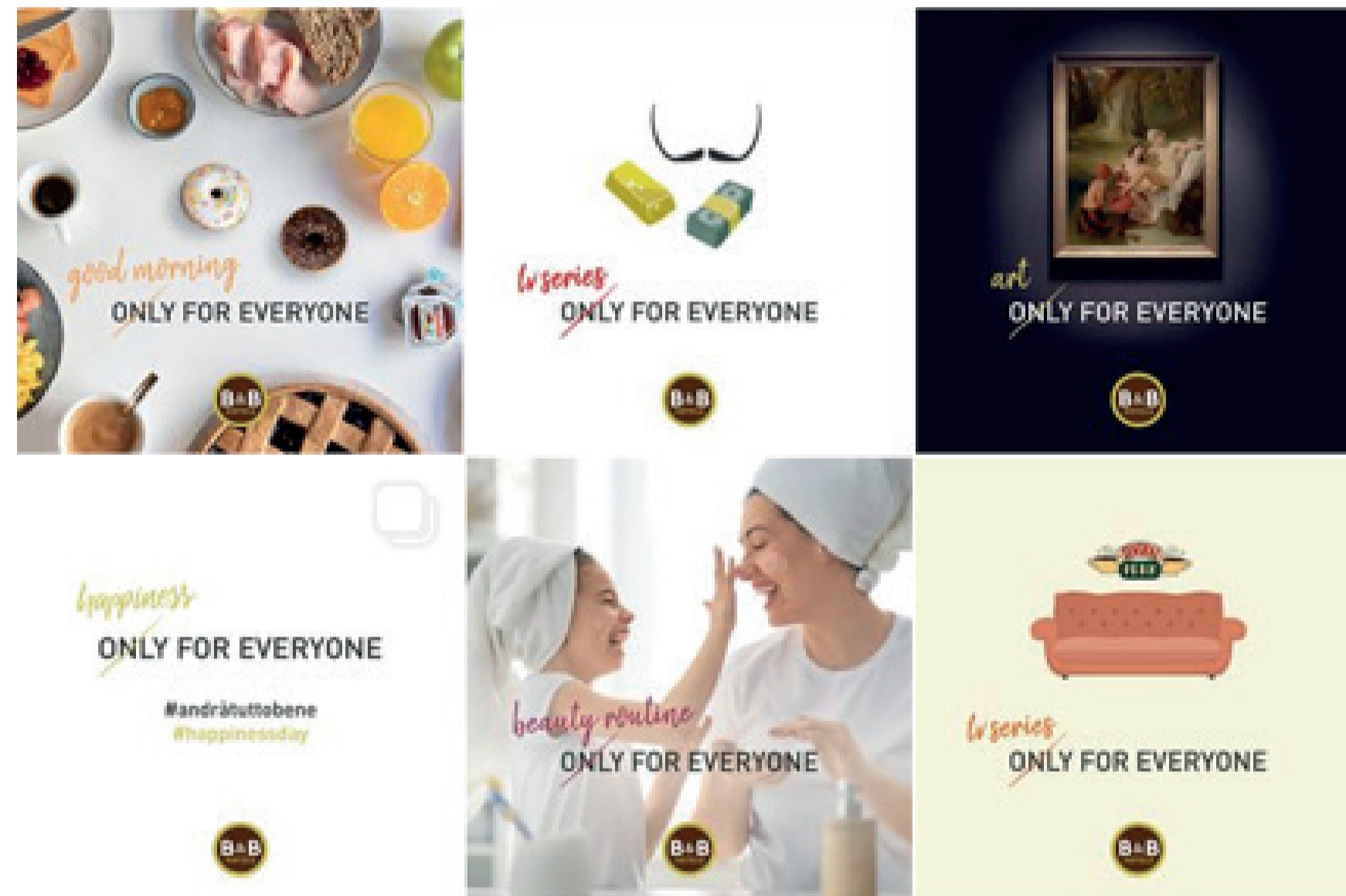
Avrai la possibilità di avere un professionista che analizzerà, progetterà, realizzerà ed infine monitorerà il progetto dedicato esclusivamente alla tua struttura.

4

FLESSIBILITA' D'AZIONE

Ti presentiamo tutte le possibili azioni che dovresti fare per crescere, ma puoi decidere tu, in base alle tue esigenze e al tuo budget, cosa fare e cosa no. Ti diamo la possibilità di realizzare il piano completo, ma anche di fare solo qualche step di questo.

COSA FACCIAMO



COSA NON FACCIAMO



MKTG DIGITALE nel settore TURISMO

CONCLUSIONI

Ti abbiamo illustrato i passi e gli strumenti necessari per affrontare questo momento di cambiamento del mercato del turismo.

Il nostro expertise permette di avere apporto dal lato del management e dal lato della comunicazione di modo che il nostro TEAM possa seguire il cliente dall'inizio alla fine di questo percorso garantendo un linguaggio unico e univoco, coordinando la comunicazione e la gestione per evitare confusione nell'utente.

Riusciamo ad ottimizzare tutte le risorse per garantire un percorso che segue, partendo dall'attenta analisi del mercato del turismo, una strategia adeguata al tipo di struttura.

MKTG DIGITALE nel settore TURISMO

GRAZIE

Flo Factory
Connenting Ideas

Federica Frazzitta - cell. 331 9502108 - f.frazzitta@flofactory.it
Chiara Generini - cell. 340 2895621 - c.generini@flofactory.it