

Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

Internet ha trasformato radicalmente il turismo, ha modificato la relazione tra domanda e offerta, ha introdotto un modo diverso da parte del turista di rapportarsi con le destinazioni, le imprese e i fornitori. Ma non solo: ha cambiato la struttura del mercato, ha favorito la disintermediazione e la reintermediazione, ha creato nuovi modelli di business, modificando i canali di comunicazione e di distribuzione, inaugurando un nuovo modo di fare marketing. Oggi la domanda turistica si colloca in rete e in Internet: è qui che i turisti cercano informazioni e decidono cosa fare ma, soprattutto, diventano promotori e raccomandatori per altri turisti. Il social media marketing rappresenta quindi una grande opportunità per le destinazioni e le imprese: coinvolgere gli utenti oggi è infatti l'unica strada per incrementare la visibilità, la riconoscibilità e la reputazione nel mercato. Il libro approfondisce come costruire strategie social vincenti, come applicare tattiche efficaci di content e viral marketing, come gestire le community nel turismo, specificando gli strumenti e le piattaforme più adatte per generare conversazioni in rete, stimolare la reputazione, la brand reputation e il sentiment,

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

senza dimenticare di affrontare il tema estremamente attuale del mobile marketing.

278.1.3

L'uso del web come leva di marketing territoriale ha creato sia nuove opportunità che inedite criticità per le destinazioni turistiche: se da una parte si è potuto contare su un mercato potenziale vasto e su un feedback immediato da parte del turista, d'altra parte la destinazione non ha avuto più il pieno controllo della propria immagine e ha dovuto fronteggiare il delicato argomento della reputazione turistica online. Attraverso questo lavoro si è cercato di analizzare come le destinazioni turistiche abbiano pianificato la propria strategia online, quali leve di webmarketing abbiano utilizzato e con quali risultati, concentrando l'attenzione sull'uso degli strumenti web 2.0. Il caso di studio, MySwitzerland.com, il portale del turismo Svizzero, ha inoltre permesso di comprendere come le piccole destinazioni turistiche (ad esempio l'Irlanda e la Svizzera) siano maggiormente aperte verso l'adozione di queste nuove forme di interazione online.

1365.1.7

Strategie di web marketing turistico, OLTA (Online Travel Agency), visibilità, servizi... Cosa serve davvero per avere successo? L'obiettivo di questa guida è

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

ridisegnare l'idea di business nel mondo del turismo, dalla teoria agli spunti pratici, dalla quotidianità al digital marketing, ripartendo dall'accoglienza e dal lato umano. Solo chi riuscirà a differenziarsi, individuando la sua unicità e comunicandola in modo efficace, avrà accesso alla sua nicchia di mercato e potrà avere successo in una realtà turistica sempre più articolata. Scritto con un linguaggio semplice, questo volume è utile sia per chi non si è mai messo in gioco, sia per chi desidera capire cosa non va della sua strategia e vuole ripartire dall'inizio.

Quanto le esperienze e le opinioni dei turisti-consumatori nel processo di condivisione online possono rappresentare fattori determinanti nella costruzione della reputazione di una destinazione? Qual è ad oggi lo scenario regionale della web reputation? Qual è l'immagine e la credibilità del Belpaese secondo gli italiani? In questo research paper si presentano i risultati del Regional Tourism Reputation Index per il 2019, un sistema di rating del turismo italiano sulla base di alcuni indicatori individuati: visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo. La ricerca, seppur in chiave preliminare, intende offrire ai vari decision maker locali e agli altri stakeholder del comparto turistico un'analisi

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

comparata riguardante ciascun territorio regionale. Il lavoro, infine, rende noti i risultati di un sondaggio, realizzato in esclusiva dall'Istituto Demoskopika, che ha focalizzato l'attenzione sull'orientamento e sull'opinione degli italiani in merito ad alcuni aspetti legati alla reputazione: l'evocazione percepita del Belpaese, i reputation influencer, gli elementi che condizionano i processi reputazionali e, infine, l'agenda del governo per migliorare la credibilità dell'Italia.

La più completa e dettagliata esposizione di tutto quanto occorre sapere in tema di marketing del turismo. Il libro è indicato per imprenditori turistici, manager e personale di strutture alberghiere, ristorative, compagnie di trasporto, imprese fornitric

Un libro ricco di consigli pratici che vuole offrire a titolari, manager e responsabili marketing delle strutture ricettive - hotel, B&B, resort - gli strumenti più efficaci del digital marketing e del revenue management per emergere in un mercato sempre più competitivo. Digital marketing turistico è lo strumento ideale anche per le altre figure che desiderano completare la propria preparazione nel settore: titolari di web agency con clienti nel settore turistico-ricettivo, consulenti di web marketing e revenue management. Questa nuova edizione aggiornata include l'analisi delle tendenze più recenti e dei profondi cambiamenti nella distribuzione online e mostra come usare al meglio le nuove piattaforme per promuoversi. Una

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

guida completa, ricca di dati, grafici e foto, per approfondire tutti gli aspetti del digital marketing turistico: - creare il sito web perfetto per la struttura ricettiva; - posizionarsi nei motori di ricerca; gestire al meglio la reputazione online; - massimizzare i profitti grazie al revenue management.

Questo libro vuole offrire a titolari, manager e responsabili marketing delle strutture ricettive - hotel, B&B, resort, agriturismi - gli strumenti più efficaci del web marketing turistico e del revenue management per emergere in un mercato sempre più competitivo. Digital marketing turistico è uno strumento ideale anche per le tante altre figure che oggi cercano di completare la propria preparazione nel settore: studenti universitari, titolari di web agency con clienti nel settore turistico-ricettivo, consulenti di web marketing e revenue management.

Vuoi partire per un viaggio alla scoperta dei segreti del digital storytelling?

Questo pratico manuale ti guiderà analizzandone le molteplici definizioni, chiarendo in quali e quante forme si declini, fornendo utili indicazioni di stile e linguaggio per una comunicazione, culturale e turistica, agile e democraticamente accessibile. Richiamandosi alla famosa “regola del 5W” nel giornalismo, il volume declina a sua volta le “7W dello storytelling digitale” (Who, Whom, Why, What, Whereby, Where, When) che introducono alcuni esempi di applicazione nel marketing culturale e turistico. L’ultima sezione raccoglie 14

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

testimonianze di autorevoli professionisti ed è pertanto rivolta a chi vuole imparare a conoscere e applicare il digital storytelling in entrambi i settori di cultura e turismo. Si tratta di 14 preziosi contributi di storie, progetti, esperienze in prima persona, testimonianze di successo, riflessioni che diventano dei veri e propri “manifesti”, che convergono verso un unico messaggio finale: quanto sia importante, in una strategia digitale di successo, orientarsi al racconto e soprattutto al racconto partecipato, di comunità.

1365.1.11

La chiamano ricettività alternativa, ma in Italia offre 500.000 posti letto in più di quella tradizionale. Il settore extra alberghiero è in forte crescita, grazie all'affermarsi di fenomeni come l'home sharing e gli affitti brevi. Per lo stesso motivo è anche sotto la lente del Legislatore: quasi metà delle Regioni italiane ha regolamentato appartamenti, B&B, agriturismi e case vacanza negli ultimi tre anni. Oggi lavorare in questo ambito richiede sempre maggiori investimenti e competenze digitali per restare sul mercato. Nell'evoluzione di questo settore rivestono un ruolo chiave le piattaforme digitali, punto d'incontro di domanda e offerta in cui convivono strutture alberghiere ed extra alberghiere. In questo nuovo scenario competitivo, sempre più 'convergente', Digital marketing extra alberghiero è una guida strategica che spiega come tutti possano ritagliarsi la

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

propria nicchia di mercato.

Il turismo è un bene tipicamente virtuale. Il turista è un surfer che cerca nella Rete le sue destinazioni, sceglie tra le proposte offerte, pianifica la vacanza per poi prenotare e acquistare. Il pacchetto completo, il soggiorno in un hotel, il week end in un agriturismo sono beni virtuali, particolarmente adatti alla vendita on line. Per diverse ragioni o il viaggiatore/turista ha sempre acquistato a distanza la sua vacanza (l'ha vista in un catalogo cartaceo o gli è stata presentata da un'agenzia di viaggi); ecco perché Internet viene vissuto come la naturale evoluzione delle modalità di acquisto dei viaggi. o L'oggetto vacanza non deve essere spedito. Il turista ne usufruirà al suo arrivo senza dover sopportare i costi di consegna, che pesano non poco nelle comuni vendite on line. o Il bene virtuale acquista valore in base alle informazioni che lo accompagnano: il sito Internet non ha i limiti del cartaceo e permette di arricchire l'offerta con foto, commenti, descrizioni, tour virtuali ecc. o Internet permette all'utente di raggiungere direttamente l'albergo, saltando qualsiasi intermediazione. È dunque fondamentale, per l'operatore turistico, essere presente in rete (non solo sul Web) in modo corretto, conoscendo a fondo i meccanismi di marketing, comunicazione e promozione che guidano la presenza on line di una struttura turistica alberghiera. Questo libro è scritto per chi opera nel settore turistico. Non

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

è un trattato di marketing o di economia: è uno strumento di lavoro, una valigetta degli attrezzi per aiutare albergatori, gestori di B&B, campeggi e strutture ricettive in genere a costruire e gestire correttamente la propria presenza in rete. Affronta diverse tematiche: dalla valutazione del viaggiatore/surfer in rete come target finale del proprio business, fino alla progettazione del sito della propria struttura turistica e alla sua promozione. La premessa sulla quale il testo si basa è che pianificare la presenza in Internet di un qualsiasi esercizio commerciale non è solo una questione tecnica, ma il risultato di un progetto di marketing on line ben preciso.

Rivolto agli operatori del settore turistico, questo libro fornisce una strategia per gestire correttamente la presenza nei canali digitali e sui social media al fine di incrementare il business e fidelizzare i clienti. Attraverso un approccio teorico e pratico al digital e al social media marketing, l'autrice offre un metodo di lavoro che si compone di tre fasi: scenario, strumenti e strategia. Un viaggio che inizia dall'analisi dei comportamenti dei viaggiatori e prosegue nella scelta degli strumenti più idonei per promuovere la propria attività, fino alla definizione degli obiettivi, degli investimenti e del coinvolgimento di figure professionali come digital strategist, influencer e blogger. Il volume è ricco di checklist, tool, esercizi, esempi, contributi di esperti, casi di studio e suggerimenti per aiutare il lettore a

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

utilizzare in modo strategico sito web, social, email e chatbot.

1365.3.1

Il volume offre alle imprese un insieme di innovativi strumenti operativi di marketing, allo scopo di mantenere e rafforzare la propria posizione sul mercato, vale a dire evolvere e adattarsi al nuovo ambiente di riferimento. Nella prima parte si esaminano i trend in corso del mondo digitale, le susseguenti modificazioni nei comportamenti dei clienti e dei consumatori e le conseguenze che tutto ciò ha nei confronti del marketing. Successivamente si introduce a un approccio, a metodologie, a strumenti di analisi che stanno ridefinendo tutto l'ambito dello studio sui consumatori. Si tratta del neuromarketing, basato sulle più approfondite e recenti scoperte delle neuroscienze. Si affronta poi la questione dei big data. Più dati a disposizione da sistemi informativi sempre più complessi e da fonti sempre maggiori per quantità ed estensione favoriscono lo sviluppo delle opportunità di conoscere meglio il mercato o viceversa provocano una maggior confusione ed entropia? Infine si affrontano le modificazioni in atto dal punto di vista dell'impresa, per offrire a chi cerca soluzioni qualche indicazione operativa. Il tema è quello del management dello sviluppo dell'impresa, di come riorganizzare il proprio modo di essere sul mercato, con quali competenze, e soprattutto con quale strategia. Il testo è corredato da

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

numerosi casi e riferimenti aziendali citati, da illustrazioni strettamente integrate ed esemplificative dei concetti e dei contenuti esposti, da box che approfondiscono aspetti particolari o testimoniano di casi concreti. **STRUTTURA** Il mondo digitale e le mutazioni del mercato Come pensano i consumatori: le neuroscienze e le ricerche di mercato Più dati a disposizione: aumentano le opportunità o l'entropia? Il marketing per lo sviluppo dell'impresa Questo libro è un viaggio attraverso i principali strumenti e concetti di marketing utilizzabili in ambito turistico. Non si tratta di un volume tecnico né di un tutorial dedicato a come vendere più camere del tuo albergo. Il suo scopo principale è quello di fornire ad albergatori gli elementi base per capire quali strumenti vale la pena approfondire e quali affidare a professionisti esterni. Conoscere gli elementi base di ogni area significa poter valutare con cognizione di causa azioni e reazioni della tua strategia di marketing, evitando investimenti inutili e improduttivi. Rivisitando i dettami tradizionali del marketing (le famose P di McCarthy) questo libro parte dall'analisi del prodotto e delle persone, passando attraverso la sua promozione e finendo con la misurazione delle performance, così da farti acquisire una maggior consapevolezza sugli strumenti che hai a disposizione per migliorare il tuo business nel mondo della ricettività. L'attività di ricerca contenuta nel progetto ha, nel complesso, l'obiettivo di

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

individuare, nell'ambito del settore del turismo sostenibile, i segmenti con maggiori potenzialità di sviluppo a livello locale. Ciò al fine di tracciare una mappa tipologica di nuove iniziative imprenditoriali femminili realizzabili, rispetto alle quali identificare e costruire indicatori standard di qualità, modelli di leadership femminile e codici etici aziendali applicabili alle nuove imprese.

365.878

Il turismo è uno dei settori forti dell'economia mondiale ed è diventato il fronte di sperimentazione più avanzato dell'economia dell'esperienza, dell'innovazione tecnologica applicata ai trasporti e all'intrattenimento, della sharing economy, dell'architettura. Il libro racconta cos'era il turismo ieri e i grandi cambiamenti economici, sociali e tecnologici che lo stanno trasformando: dalla nascita dei parchi a tema all'invenzione del trolley, dai viaggi sulle meganavi al gaming nei musei, da Airbnb all'uso dei big data per gestire i flussi e indirizzare le scelte dei turisti. Queste trasformazioni riguardano anche gli stili di consumo dei turisti e pongono importanti sfide in termini di innovazione. Come emergere in un mercato sempre più affollato di proposte? Come viaggeranno le persone in un prossimo futuro?

Dopo un periodo di crisi, servono piani di sviluppo pratici e concreti.

L'individuazione del proprio Enneatipo, elemento strategico e di posizionamento

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

vincente, è il percorso innovativo proposto da Nicoletta Polliotto e Ilaria Legato per arrivare al cuore della personalità del proprio locale e relazionarsi con il pubblico. Il manuale fornisce una preziosa griglia di lavoro per sviluppare la migliore strategia di branding: dalla ideazione della brand strategy, alla costruzione della brand identity, individuando la personalità del locale e il potere della relazione, per creare empatia nella comunicazione con i clienti acquisiti e futuri, attraverso i principi del Design Thinking (brand communication). Completano il percorso casi di studio nazionali e internazionali da cui trarre ispirazione, individuando un modus operandi personalizzato e vincente. Il libro è rivolto a imprenditori, ristoratori, chef che hanno aperto, o vogliono aprire, un'attività ristorativa, reale opportunità di business attraverso un processo consapevole per trasformare il locale in una realtà unica, memorabile e straordinaria.

1365.4.2

La reputazione è un elemento centrale nella decisione di acquisto di un servizio turistico, mentre il Web e le reti sociali hanno trasformato le modalità attraverso cui viene generata e diffusa. Piattaforme come TripAdvisor, Booking, Yelp ma anche Google, Facebook, Foursquare e i principali social media, permettono a tutti di esprimere un giudizio su un hotel, un ristorante o una destinazione. Per gli operatori di settore conoscere e gestire il guest rating è una delle principali sfide. A loro viene in aiuto questo manuale scritto da due professionisti

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

della comunicazione turistica online. Attraverso un approccio costruito su buone pratiche, il lettore impara a leggere criticamente una recensione, rispondere in modo efficace, trasformarla in un punto di forza, arrivando a individuare una strategia di web marketing per monitorare e ottimizzare la reputazione in Rete.

Programma di Email Marketing Come Creare una Campagna di Direct Marketing Efficace Ottimizzando Target e Messaggio COME IMPOSTARE UNA CAMPAGNA DI EMAIL MARKETING L'importanza di stabilire da subito l'obiettivo che si intende raggiungere con la campagna. Cosa sono le DEM e perchè sono molto efficaci. Come strutturare la newsletter per fare in modo che colga nel segno. COME COSTRUIRE UNA LISTA DI INDIRIZZI Come fare email marketing in Italia da un punto di vista legale. Perchè preferire liste costruite dall'interno rispetto a liste esterne. Qual è il modo migliore per incrementare la tua lista di indirizzi. Come risolvere il problema delle caselle di posta intasate dai messaggi. COME SCRIVERE IL MESSAGGIO VINCENTE Come incrementare il tasso di apertura dei tuoi messaggi. Perchè mittente e oggetto possono fare il successo o il fallimento del messaggio. Quale formato è più conveniente usare e perchè. Come convincere un cliente diffidente con il testo giusto. COME INVIARE IL MESSAGGIO Quali sono gli strumenti tecnici necessari per una campagna professionale. Come fare per aggirare i sistemi anti-spam. Quanto dura il ciclo di vita di un messaggio. Come ottimizzare i risultati in base al ciclo di vita del messaggio. COME OTTIMIZZARE UNA CAMPAGNA DI E-MAIL MARKETING Come valutare l'efficacia di un messaggio. Che cos'è la deliverability e quali sono le leve utili per il miglioramento dei risultati delle campagne. Per cosa è utile l'offering test e come utilizzarlo. Cosa sono gli split test e perché bisogna farli. GLI ELEMENTI COMPLEMENTARI DI UNA CAMPAGNA DI E-MAIL

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

MARKETING Come lavorare sul sito per far iscrivere l'utente alla tua newsletter. La gestione della reputazione online e le email transazionali. Come strutturare landing page e moduli online per ottenere maggiori tassi di iscrizione alla mailing list. L'importanza di avere un sito ben visibile per ampliare costantemente i contatti.

Negli ultimi vent'anni il turismo ha vissuto una profonda trasformazione in quasi tutti i suoi ambiti. Agenzie di viaggio, tour operator, strutture ricettive, destinazioni e food & wine si sono trovati a dover competere con nuovi scenari. Se in apparenza il digitale sembra aver cannibalizzato il mercato turistico, nella sostanza rappresenta una vera opportunità per tutti gli operatori del settore. Serve allora un nuovo approccio e un cambio di prospettiva per cogliere le occasioni di crescita. L'obiettivo è quello di mostrarti gli strumenti di digital marketing e le accortezze da usare per diventare protagonista del settore. Per troverai numerosi consigli degli esperti del settore turistico e le storie di player di successo come Expedia, TripAdvisor, TheFork, Civitatis, Pitchup, Evaneos e Alidays e di destinazioni come Massachusetts (Stati Uniti), Norvegia e Irlanda. Sei un agente di viaggio bisognoso di una guida per riconvertire il tuo business dall'analogico al digitale? Sei un operatore dell'ospitalità che si trova a destreggiarsi tra OTA e disintermediazione? O ancora un addetto al settore enogastronomico desideroso di "essere trovato" in Internet o un manager che deve attrarre turisti e viaggiatori per incrementare la visibilità e la reputazione di destinazioni nuove o già consolidate? Queste pagine sono state scritte esattamente per te!

Tutti i consigli indispensabili per un'efficace strategia online di comunicazione e marketing del vino. Negli ultimi anni, il mondo del vino ha conquistato ampi spazi sul web e un pubblico di appassionati in continua crescita. La pandemia in corso ha messo a dura prova anche il

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

settore del vino a livello globale. Ma i mercati ripartono, i turisti tornano gradualmente a visitare le regioni vitivinicole e l'e-commerce del vino è più forte che mai. In questa guida aggiornata, sono presentati in maniera sistematica gli elementi fondamentali per sviluppare e gestire una "cantina digitale", insieme alla strategia di comunicazione e marketing per il vino: dal sito web ai social media, dal content marketing alla brand identity, dall'influencer marketing alla formazione, dalle sponsorizzazioni ai negozi online, dagli eventi all'enoturismo. Digital wine marketing è un manuale strategico e pratico rivolto a produttori di vino, marketer, operatori commerciali, blogger e wine lover. Completano il volume numerosi esempi e contributi di professionisti ed esperti del mondo del vino.

Perché qualcuno dovrebbe scegliere il mio Hotel piuttosto che quello della concorrenza? Questa è la domanda che ciascun imprenditore e manager alberghiero dovrebbe porsi e a cui dovrebbe saper rispondere, se vuole avere successo in un mercato altamente competitivo quale quello dell'accoglienza turistica. Nell'era internet il Web Marketing viene presentato come la panacea: se vuoi "vendere" il tuo servizio alberghiero devi ottimizzare il tuo sito per i motori di ricerca, devi essere presente sui Meta Motori, sfruttare i Social Media, devi fare ADS su Google o Facebook, ecc. ecc.. Tutto vero! Ma se possiedi una debole identità di marca, hai una reputazione carente, la tua proposta alberghiera non è dotata di valore, non la commercializzi offrendola alla persona giusta nel momento giusto, col prezzo che lui è disposto a pagare e attraverso appropriati canali di vendita, il Web Marketing risulta inutile! Oggigiorno, per fare turismo non basta più avere un bell'Hotel dotato di una bella stanza e un comodo letto; l'ospite del terzo millennio cerca di più: l'esperienza nuova, unica e memorabile! Il tuo Hotel consente all'ospite di vivere un'esperienza in grado di soddisfare

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

questa aspettativa? Il libro si propone quale guida pratica “facile e veloce” per imprenditori e manager alberghieri che vogliono costruire, promuovere e commercializzare una proposta alberghiera di valore che la renda “unica” agli occhi del cliente disposto a pagare di più per averla, consentendo margini più elevati! Nelle 390 pagine del libro, l'autore spiega come: - creare l'identità dell'Hotel e costruirne o rafforzarne la reputazione; - dotare di valore e differenziare il servizio alberghiero; - definire la tariffa di vendita ideale per massimizzare i ricavi; - rimodulare la comunicazione aziendale col fine di vendere; - ottimizzare la gestione dei canali di vendita; - migliorare le relazioni con i clienti; - scoprire chi sono e cosa si aspettano i Clienti potenziali; - trasformare i Clienti potenziali in Clienti fan; - ricercare nuovi mercati e realizzare e gestire la lista di contatti; - formare, motivare e delegare il personale dell'Hotel; - battere la concorrenza e “copiare” i migliori. Volutamente, Giuseppe Picano si è allontanato da una descrizione accademica fatta di termini altisonanti cercando di rendere semplici e comprensibili argomenti apparentemente complessi, avvicinandosi ai casi concreti e all'esperienza fatta in 20 anni a stretto contatto con ogni tipologia di hotel. NOTE SULL'AUTORE Specializzato in Economia e Management del Turismo, da circa venti anni si occupa di consulenza e formazione in Marketing turistico alberghiero per Enti Pubblici e Privati. Ha iniziato a lavorare nel mondo turistico e dell'ospitalità nel 1996, dirigendo un'Associazione di 130 Alberghi che gli ha consentito di comprendere a fondo i problemi, le preoccupazioni, le esigenze degli Hotel e degli Albergatori. Dopo aver diretto la Divisione Turismo della società Acqua e Terme Fiuggi SpA, per la quale si è occupato di Marketing e Organizzazione di Eventi e Congressi, nel 2003 ha deciso di fondare ItaliaMeeting, una società di Consulenza di Marketing e di Organizzazione Eventi per conto di Aziende, Associazioni, Enti

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

e Privati. Ha affrontato innumerevoli problematiche legate all'inadeguato approccio al Marketing di molti imprenditori e dei manager alberghieri; approccio che li condannava ad avere un ricavo di gran lunga inferiore alle potenzialità che esprimevano! Per questa ragione ha deciso di dedicarsi ad aiutare gli Hotel nell'elaborare e nell'implementare la più efficace strategia per avere successo in un mercato così complesso quale quello dell'ospitalità alberghiera.

1294.8

La ricchezza del patrimonio artistico o paesaggistico di una località non è più sufficiente per trasformarne il territorio in prodotto turistico. Oggi è necessario considerare i luoghi come sistemi integrati che mettono insieme le risorse e le attrattive e nei quali giocano un ruolo fondamentale anche le aziende che forniscono servizi diretti e indiretti al turista. Il destination management è un'attività recente che sta muovendo i suoi primi passi, ancora priva di riferimenti precisi in termini di procedura e di gestione. Josep Ejarque, alla luce della sua esperienza e dei successi conseguiti sul campo, spiega in modo chiaro e pratico come si deve agire per fare di una località qualsiasi, anche apparentemente non adatta, una destinazione turistica di successo. Il volume è destinato agli operatori del turismo, a studenti e docenti di scuole e università a indirizzo turistico, ad amministratori locali e responsabili di destinazione.

Questo libro, complemento ideale del bestseller Digital marketing turistico degli

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

stessi autori, approfondisce il ruolo fondamentale che ricopre il web design per i siti degli hotel e le strategie per ottimizzare la pubblicità sui metamotori. Fornisce inoltre suggerimenti per impostare campagne pubblicitarie di remarketing e email marketing in maniera efficace, trucchi e accorgimenti per analizzare correttamente i dati raccolti da Google Analytics e consigli per pianificare attività di visual marketing. Per la parte di Revenue Management, ampio spazio è dedicato a una complessa case history, scendendo nel dettaglio delle attività quotidiane: dall'analisi del prodotto alla profilazione dei target corretti, dallo sviluppo della distribuzione alla rimodulazione del pricing, fino al miglioramento degli indici di revenue. Un altro argomento fondamentale e spinoso, il controllo dei costi, è trattato dettagliando gli aspetti meno evidenti e più insidiosi per la redditività dell'hotel. Hotel Digital Marketing è completato da contributi di aziende e professionisti italiani e internazionali, che raccontano l'importanza delle nuove strategie e tecnologie e come implementarle al meglio negli hotel.

Padroneggia l'arte di raccontare i dati attraverso le storie. Molti imprenditori, manager o marketer lavorano con i dati, o si trovano in molte occasioni a sviluppare grafici e report per illustrare il proprio lavoro. I dati sono ovunque. Tuttavia, sapere raccontare i dati è una vera e propria arte, che richiede competenze eclettiche e non comuni. Bisogna focalizzarsi sull'audience, sui

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

destinatari delle nostre informazioni. E ancora saper scegliere i dati giusti, e rappresentarli in modo che i segnali significativi emergano dal rumore di fondo. Infine, bisogna organizzare tutte le informazioni in modo che insieme raccontino una storia coerente, visualizzata in modo corretto e, soprattutto, comprensibile a tutti i nostri interlocutori. Nel libro Data Storytelling, l'Autore, Fabio Piccigallo, ti guida a strutturare correttamente le informazioni e a renderle nel modo migliore, affinché il data storytelling diventi una fonte per il tuo successo.

Ora disponibile anche in formato digitale In “Web Marketing per Hotel” Francesco Piersimoni fornisce al lettore un orientamento preciso circa le strategie digitali e gli strumenti di marketing da adottare per emergere nel mercato turistico. Quello che hai per le mani è dunque un libro strategico, i cui concetti vanno al di là del tempo. Si tratta di una guida pratica, concreta e generosa di esempi reali. Il web marketing per hotel viene spiegato, capitolo dopo capitolo, partendo dall'analisi del target fino ad arrivare alla misurazione dei risultati. Il libro è rivolto ai professionisti dell'ospitalità che lavorano in una struttura turistica: titolari, gestori, direttori, manager e responsabili marketing; ma anche a professionisti della comunicazione e del marketing che vogliono approfondire alcuni temi legati a questo settore.

Web marketing turistico e oltre Strategie per rilanciare la tua struttura e

Read Online Web Marketing Turistico E Oltre Strategie Per Rilanciare La Tua Struttura E Raggiungere Il Successo

raggiungere il successoHOEPLI EDITORE

[Copyright: 557c5108572d2d25a70b95cd73f7790c](#)