



FORMAPER

Formazione e servizi
per l'imprenditorialità

CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA MILANO

Seminario

LE GRANDI SFIDE DEL TURISMO DIGITALE. COME GESTIRE LA REPUTAZIONE E LA DISINTERMEDIAZIONE

Il settore turistico è da tempo contraddistinto da una forte competizione ma la Rete può fornire un aiuto importante nella creazione di una efficace strategia di promozione, comunicazione e marketing, a patto di comprendere le dinamiche, i linguaggi e le modalità. Il seminario illustra gli strumenti che Internet offre per incrementare il numero di ospiti all'interno delle proprie strutture ricettive, per comprendere le dinamiche legate alla comunicazione e alla diffusione delle informazioni in Rete, per conoscere le strategie utili all'acquisizione di nuovi clienti e alla loro relativa fidelizzazione.

IL SEMINARIO SI RIVOLGE A:

imprenditori nel settore turistico e loro collaboratori interessati a apprendere le modalità più idonee per utilizzare la Rete.

OBIETTIVI

Il seminario si propone di:

- far conoscere opportunità di comunicazione e business per il settore turistico offerte dalla Rete;
- differenziare i social media e individuare le loro specificità nel creare e mantenere la relazione con il cliente;
- introdurre alle logiche dei motori di ricerca per comprendere come queste impattino sul nostro sito;
- insegnare a farsi trovare sulle piattaforme digitali.

DATA e SEDE

11 MARZO 2014

MILANO - Via Santa Marta, 18

METODOLOGIE DIDATTICHE

Il seminario prevede un significativo utilizzo di metodi attivi di apprendimento quali discussioni, esercitazioni e casi aziendali che coinvolgeranno direttamente i partecipanti.

DURATA DEL SEMINARIO

1 giorno– orario 9,00/18,00

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Euro 220,00 + IVA

PROGRAMMA

Cambiano i media, cambia il business. L'importanza di farsi trovare sulla Rete.

Come sta cambiando la fruizione dei mezzi a seguito della diffusione della Rete e degli smartphone.

Le tre parole chiave del 2014: "Social, local e mobile": quali modelli sottendono e con quali numeri.

Guardiamo dentro e oltre le OTA

- Comprendiamo come lavorare al meglio con i portali di prenotazione turistica (*Online Travel Agencies*)
- Impariamo a differenziare la nostra proposizione rispetto alla presenza sulle OTA.

I social media per il settore turistico

- Come usarli e quale usare per gestire al meglio la relazione con il cliente nel mercato italiano ed estero.
- L'uso di Facebook per attirare nuovi clienti e relazionarsi con loro.
- Twitter: comprenderne le potenzialità.
- Una panoramica su Google Plus e Pinterest.
- Reputation: saper ascoltare la rete e valorizzare la propria immagine sul web.
- TripAdvisor: le recensioni del web.
- Gli altri social media e marketplace per il turismo.

Il digitale oltre al Social Media Marketing

- Usare in modo corretto la web analytics per commisurare sforzi e benefici.
- Keyword advertising.
- Lead generation.
- Ascolto della rete e il presidio delle conversazioni rilevanti.

L'indicizzazione nei motori di ricerca: il SEO

- Tecniche, buone pratiche, casi di successo.
- Attività interne al sito: aspetti tecnici ed aspetti editoriali.
- Attività esterne al sito: come ottenere "back-link" ed incrementare la link popularity.
- Integrazione di risultati provenienti da Google Maps, Youtube, Google Shopping.

Incoming vs. outgoing

- Compariamo gli strumenti visti alla luce degli obiettivi.

Cenni di Mobile Marketing

- Diffusione della Rete in mobilità: 11 milioni di italiani navigano quotidianamente su Internet dal proprio smartphone.

- Mobile sites.
- Ottimizzare la navigazione del proprio sito a chi vi accede da smartphone e tablet.
- Google Maps: come farsi recensire.
- Importanza delle opinioni degli utenti.
- Opportunità commerciale derivante dal fornire un hotspot wi-fi per i propri (potenziali) clienti.

I social geolocalizzati

- Come servirsene per attrarne nuovi clienti e premiare quelli esistenti.
- Il caso Foursquare e le buone pratiche attuate da aziende italiane ed internazionali.

Le applicazioni e il loro ruolo di fidelizzazione del cliente e di upselling

Approfondimento su Groupon e sui siti di couponing:

- come funzionano, quanto costano;
- non solo strumento di business, ma anche una leva di marketing per il medio-lungo periodo.

Il futuro è nei tablet?

- Come cambia il marketing locale con la diffusione degli iPad e degli e-reader.

DOCENTE

Andrea Boscaro - Fondatore di *The Vortex*, un content provider di strumenti e materiali pensati per la formazione al marketing digitale. Dopo una breve esperienza in Vodafone, ha lavorato come business development manager in Lycos ed è stato Amministratore Delegato di Become. E' consulente web per molte istituzioni e imprese. E'autore del volume "Tecniche di web-marketing" edito da Franco Angeli.

INFORMAZIONI E ISCRIZIONI

Segreteria Corsi Formaper - Camera di Commercio Milano
 Via Santa Marta, 18 - 20123 Milano
 Tel. 02/85155385 - Fax 02/85155331
segreteria.corsi@formaper.it - www.formaper.it



FORMAPER