



site**B**ysite

VALUE, STEP BY STEP.



CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMILIA



COMUNICAZIONE E DIGITAL MARKETING PER LE IMPRESE TURISTICHE DELLA PROVINCIA DI REGGIO EMILIA

Edoardo Vella
Digital Strategist e Advertising Specialist



STRATEGIA NEL TURISMO

“

Strategia è visualizzare dove vorrai essere tra dieci mosse e poi scegliere la strada più flessibile - non la più breve - per arrivarvi.

Il processo decisionale nell'acquisto di una vacanza



Il processo decisionale nell'acquisto di una vacanza nel settore turistico ha subito significative evoluzioni negli ultimi anni, principalmente a causa dell'avvento della tecnologia e dei cambiamenti nelle preferenze dei consumatori. Ecco alcune delle principali trasformazioni:

-  Digitalizzazione e Internet
-  Recensioni e social media
-  Mobile Booking
-  Personalizzazione

-  Sostenibilità
-  Esperienze autentiche
-  Crisi e pandemie
-  Innovazioni tecnologiche



L'analisi del proprio business aziendale



CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMILIA



Un'analisi dettagliata del proprio business aziendale è fondamentale per definire una strategia di marketing digitale efficace per una piccola realtà turistica.

Ecco i **passi chiave per condurre un'analisi del proprio business**:

- ✚ Valutazione dei punti di forza e debolezza
- ✚ Obiettivi chiari
- ✚ Analisi del mercato e delle stagionalità
- ✚ Analisi del pubblico
- ✚ Sito web
- ✚ Misurazione e adattamento
- ✚ Social media e piattaforme terze
- ✚ Feedback dei clienti
- ✚ Analisi della concorrenza
- ✚ Definizione del budget disponibile
- ✚ Selezione dei canali digitali
- ✚ Pianificazione delle attività di marketing

Punti di forza e di debolezza



CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMILIA



Prima di iniziare con i successivi passaggi è fondamentale fare una corretta **autoanalisi** e individuare punti di forza, opportunità, debolezze e minacce: la cosiddetta **Analisi SWOT**.

Di seguito alcuni aspetti a cui prestare attenzione:

-  Unicità della propria offerta
-  Posizione geografica
-  Reputazione e recensioni
-  Domanda potenziale
-  Bisogno consapevole
-  Risposta completa al bisogno
-  Struttura e attrezzature
-  Conoscenza del brand
-  Concorrenza
-  Diversificazione del business
-  Sito web e presenza online
-  Bias del mercato
-  Servizio clienti
-  Ecc.

Obiettivi chiari

Stella polare e non solo



CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMILIA



Per una piccola azienda nel settore turistico, **definire obiettivi chiari di marketing** è essenziale per avere successo e misurare l'efficacia delle strategie.

Gli obiettivi dovrebbero essere sempre:

-  Specifici
-  Misurabili
-  Realistici
-  Temporalmente
-  Rilevanti

Soprattutto devono essere controllati con la giusta frequenza e adattati in corso d'opera, sia se la strategia venga modificata o anche solo se ci si accorge che non siano stati stimati correttamente.

Analisi del pubblico target - 1

Obiettivi dell'analisi



Un'**analisi del pubblico target** è essenziale per una piccola azienda turistica e deve essere svolta tenendo conto di tutto ciò che è importante comprendere di questo pubblico:

- ✚ Chi sono i clienti target: hanno delle caratteristiche demografiche comuni?
Possono essere divisi in più segmenti eterogenei?
- ✚ Che consapevolezza hanno del tuo prodotto/servizio?
- ✚ Quale loro esigenza risolve il tuo prodotto/servizio?
- ✚ Quando inizia il loro percorso di conversione? Come si compone? Quanto dura?
- ✚ Quali leve - razionali o emotive - possono convincerli a scegliere il tuo prodotto/servizio?
- ✚ Ci sono dei *pain points*, ossia delle tappe critiche nel percorso di conversione?
- ✚ Ci sono segmenti di pubblico meno importanti, ma che possono essere comunque interessanti?
- ✚ Ce ne sono invece di simili, ma che per qualche motivo sono poco interessanti o su cui è meglio non concentrare troppo gli sforzi?

Analisi del pubblico target - 2

Come realizzarla



CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMILIA



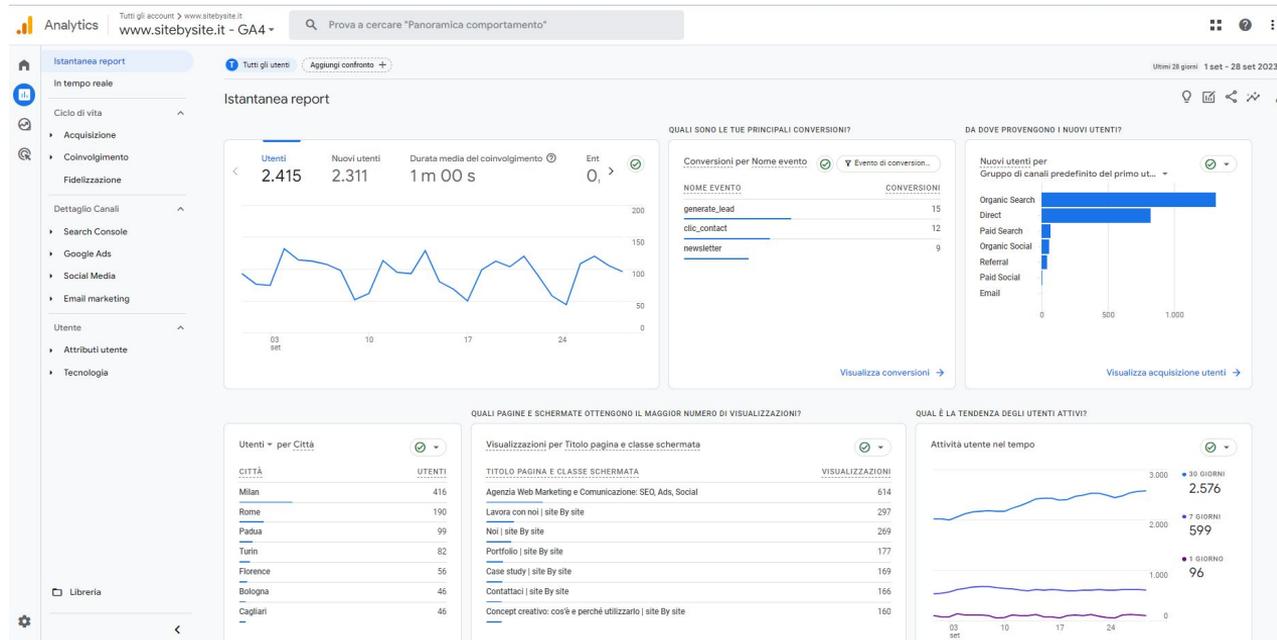
Per svolgere un'analisi del pubblico target **si deve partire dai dati interni**, che in genere sono quelli da cui si può estrarre maggior valore, **e integrarli con dati di terze parti**.

-  Raccolta di dati demografici sui clienti esistenti: tramite prenotazioni, form di contatto, conoscenza diretta, registri o sondaggi
-  Analisi del comportamento online: tramite strumenti come Google Analytics
-  Analisi delle recensioni e dei feedback dei clienti
-  Ricerche di mercato e rapporti su stagionalità e trend
-  Analisi delle ricerche online
-  Segmentazione del pubblico

Introduzione a Google Analytics



Google Analytics è importante per una piccola realtà turistica presente online perché **fornisce dati preziosi sull'andamento del sito web, sull'interazione dei visitatori e sulle conversioni**. Queste informazioni consentono di ottimizzare la presenza digitale, presentare al meglio l'azienda, migliorare la user experience e aumentare le prenotazioni o i contatti, contribuendo al successo del business.



Analisi dei competitor



CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMIILIA



Per condurre un'**analisi dei competitor nel settore turistico**, una piccola azienda può seguire questi passi:

- ✚ Identificazione dei competitor, sia diretti che indiretti
- ✚ Studio dei siti web: quali punti di forza e quali di debolezza? Quale la loro *unique selling proposition*?
- ✚ Studio dei profili social e del tipo di comunicazione che utilizzano
- ✚ Studio delle piattaforme terze e delle recensioni: quali punti di forza e quali di debolezza?
- ✚ Studio delle politiche di prezzo e delle loro promozioni
- ✚ Eventuali partnership con altre aziende
- ✚ Determinare il loro posizionamento di mercato e se si concentrano su un segmento specifico
- ✚ Alla fine, creare una matrice SWOT complessiva per individuare anche minacce e opportunità



ADV

“

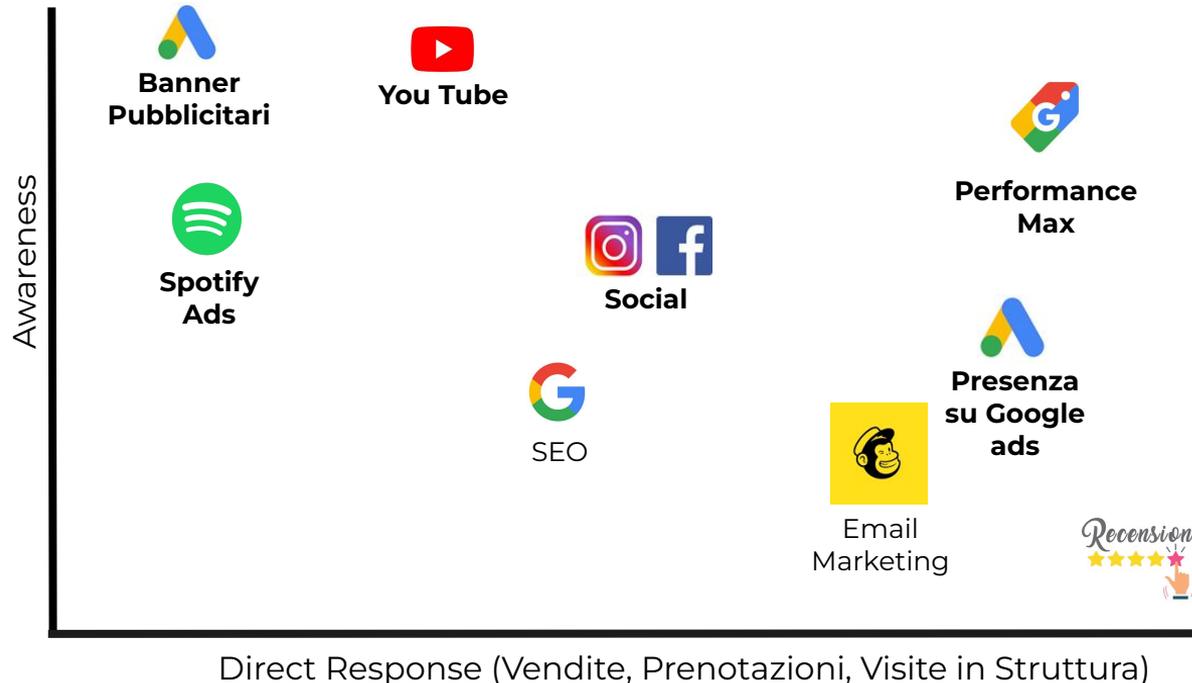
**La pubblicità non è una scienza.
È persuasione.
E la persuasione è un'arte.**

Bill Bernbach

L'advertising per il turismo



I canali di advertising possono essere estremamente utili per promuovere piccole realtà turistiche come hotel, ristoranti e agriturismi. Le piccole aziende del settore turistico possono beneficiare di una **strategia di marketing ben pianificata** per attirare clienti e aumentare la loro visibilità.



Il Piano Media

Su quali dati basarlo

Per **massimizzare gli investimenti** pubblicitari attuiamo una **pianificazione allineata agli interessi degli utenti**. Analizziamo l'andamento delle ricerche e, sulla base dei dati, **creiamo un piano media su misura**, tenendo conto di:

- ✚ Budget pubblicitario
- ✚ Disponibilità di contenuti video
- ✚ Caratteristiche socio-demografiche del pubblico target
- ✚ Targeting geografico
- ✚ Stagionalità/trend di ricerche online
- ✚ Percorso di conversione
- ✚ Opportunità

Avere un **piano media definito** in fase di start-up di progetto è fondamentale per avere una **visione a lungo termine della strategia**. Nel caso dovessero presentarsi opportunità o minacce, il piano media verrà modificato in tempo reale così da non disperdere budget.



CAMERA DI COMMERCIO
DELL'EMILIA



Il Piano Media

Definire gli investimenti per canali e mesi



CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMILIA



DISTRIBUZIONE BUDGET 2023

Canale	Ottobre-Novembre	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Totale
Google Ads - Spesa Prevista	€1,300	€1,740	€2,500	€3,390	€7,200	€10,055	€8,880	€4,280	€2,580	€1,855	€1,695		€45,475
Effettiva	€1.238	€1.493	€1.910	€2.092	€4.089	€9.922	€0	€0	€0	€0	€0		€21.285
Differenza	€62	€277	€590	€728	€3,111	€133							
Canale	Ottobre-Novembre	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Totale
YouTube - Spesa Prevista					€1,500	€2,050	€1,650						€5,200
Effettiva					€904	€1,741	€0						
Differenza					€ 596.61	€ 309.07							
Canale	Ottobre-Novembre	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Totale
Meta Prospecting - Spesa Prevista					€980	€3,060	€1,360						€5,400
Effettiva					€894	€3,012	€0						€4,505
Differenza					€ 86.17	-€ 551.66							
Canale	Ottobre-Novembre	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Totale
Meta Remarketing			€640	€700	€740	€880	€760	€680	€500	€500	€0		€5,400
Effettiva			€450	€556	€617	€487							€2,110
Differenza			€190	€144	€123	€393							€3,290
Canale	Ottobre-Novembre	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Totale
Meta Retention				€300	€100	€100	€100	€100	€100	€100	€100		€1,000
Effettiva				€ 309	€ 149	€ 288							€743
Differenza				-€9	-€46	-€188							
Canale	Novembre	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Totale
Meta Fan Acquisition			€200	€200	€250	€250	€250	€200	€150	€100	€100	€100	€1,800
Effettiva			€45	€198	€212	€250							
Differenza			€155	€4	€38	€0							
Canale	Ottobre-Novembre	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Totale
Bing - Spesa Prevista				€50	€1,300	€1,300	€1,300	€500	€300	€150			€5,000
Effettiva				€ 42.72	€ 1,007.29	€ 449.42							
Differenza				€93	€293								
Canale	Ottobre-Novembre	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Totale
Spotify					€1,500	€1,500	€1,500	€500					€5,000
Effettiva					34,71 €	465,29							
Differenza													

*Le cifre indicate sono a titolo di esempio

Il Piano Media

Un confronto con l'anno precedente



Google Ads

Dalla rete di ricerca alla rete Display



CAMPAGNE SU GOOGLE ADS

Google Ads ci permette di creare **diverse tipologie di campagne**, così da raggiungere gli utenti in tutte le fasi della customer journey.

Si lavora sia su **campagne che hanno l'obiettivo di far conoscere il brand** sia su **altre più orientate alla conversione**.

Google hotel abano terme

Tutti Maps Immagini Shopping Video Altro Strumenti

Circa 3.830.000 risultati (0,47 secondi)

Sponsorizzato

gbhotelsabano.it
https://www.gbhotelsabano.it/gb_hotels/abano_terme

Abano Terme Hotel - Migliori Hotel 4 e 5 Stelle

I nostri **Hotel** sono Unici al Mondo, Piscine **Termali** e Lussuose Spa. Per un Benessere Esclusivo, l'Eccellenza di **Abano Terme**: Prenota Ora al Miglior Prezzo!
GB Thermae **Hotels**. **Hotel** Lusso **Abano Terme**. Sito Ufficiale. Spa **Hotel Abano**...

Pacchetti & Offerte
Scopri le offerte dei GB Thermae Hotels. Prenota Ora!

Piscine Termali
Scopri le 18 piscine termali dei GB Thaerme Hotels!

Hotel Collection
GB Thermae Hotels è una collezione di 5 hotel di lusso ad Abano Terme

Location
I GB Thermae Hotels si trovano ad Abano Terme, vicino Padova

Sponsorizzato

booking.com
http://www.booking.com

70 Hotel ad Abano Terme - Miglior Prezzo Garantito

Prenota un **Hotel** a **Abano Terme**, Italia. Paga in **hotel** senza costi extra. Parliamo la Tua Lingua. Offerte Speciali. Motel. Assistenza Clienti H24. Prenotazione...

[Hotel a Ottimi Prezzi](#) · [Hotel Con Giudizi Top](#) · [Confronta Gli Hotel Top](#) · [Prenota Per Domani](#)

Google Ads

Dalla rete di ricerca alla rete Display



CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMLIA



Hotel | Abano Terme PD :

dom 14 mag

lun 15 mag

2

I più votati

Hotel economici

Hotel di lusso

Cancellazione gratuita

Disponibili >



Hotel Terme Dolomiti
4,1 ★★★★★ (613)

Informale con ristorante, spa e piscine

100 €



Hotel Plaza Abano Terme
4,4 ★★★★★ (3423)

Hotel chic con spa, ristorante e piscine

177 €



Hotel Terme All'Alba
4,3 ★★★★★ (2543)

Hotel raffinato, spa e colazione inclusa

140 €



Hotel Smeraldo Terme
3,9 ★★★★★ (986)

Hotel informale, colazione inclusa

79 €



Visualizza 108 hotel →

Google Ads

Dalla rete di ricerca alla rete Display



CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMILIA



Esempio di annuncio illustrato con formato 300 × 250



Un Paradiso di Vacanza Garden Paradiso CAMPING VILLAGE

Camping Village a Jesolo

Una sola struttura, diverse soluzioni di alloggio. Ti aspettiamo al Garden Paradiso.



Esempio di annuncio di testo con formato 300 × 250



 **Camping Village a Jesolo**

Una sola struttura, diverse soluzioni di alloggio. Ti aspettiamo al Garden Paradiso.

Garden Paradiso

[Open](#)

Esempio di annuncio nativo con formato 300 × 250



Un Paradiso di Vacanza Garden Paradiso CAMPING VILLAGE

 **Stiamo per riaprire le porte del Camping Garden Paradiso....**

Garden Paradiso [Apri >](#)

Esempio di annuncio con formato 300 × 250



Un Paradiso di Vacanza Garden Paradiso CAMPING VILLAGE

Camping Village a Jesolo

 Una sola struttura, diverse soluzioni di alloggio. Ti aspettiamo...

[Apri >](#)

YouTube

Puntare alle emozioni, non solo alla ragione



CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMILIA



CAMPAGNE YOUTUBE

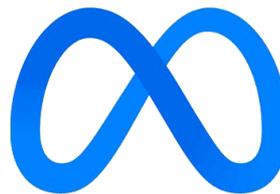
Con le campagne su **YouTube** viene supportata l'attività ADV mediante **contenuti video**, ideali per raccontare il proprio brand/prodotto.



Garden Paradiso - Intro ITA

La strategia ADV

Le principali attività che proponiamo



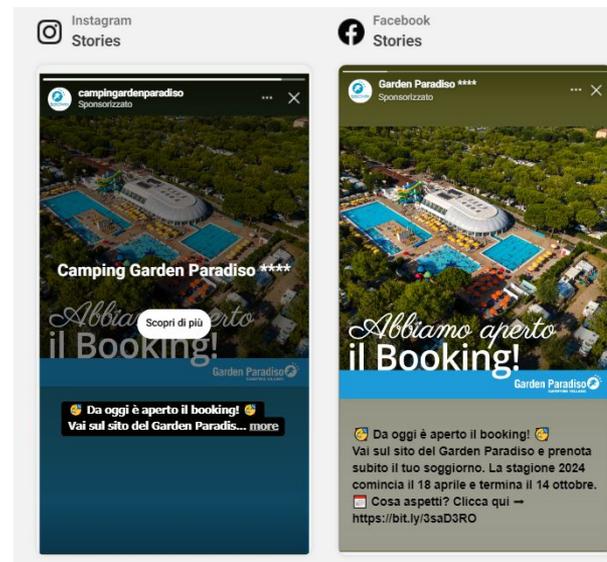
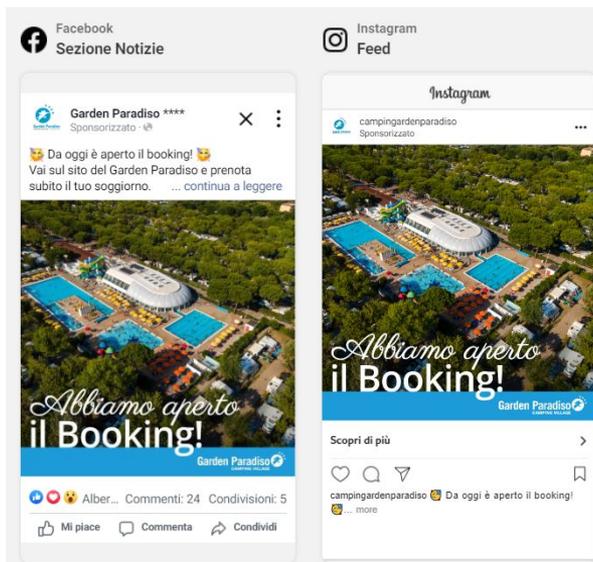
CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMILIA



CAMPAGNE CONTINUATIVE SU META ADS

Meta Ads ci permette di lavorare sulla domanda latente, facendo conoscere e ricordare il brand e i prodotti/servizi agli utenti.

Inoltre la targettizzazione avanzata permette di creare contenuti ad hoc per i fan/follower, mostrando loro iniziative, promozioni, codici sconto, eventi e molto altro.



Spotify

La potenza della voce e non solo



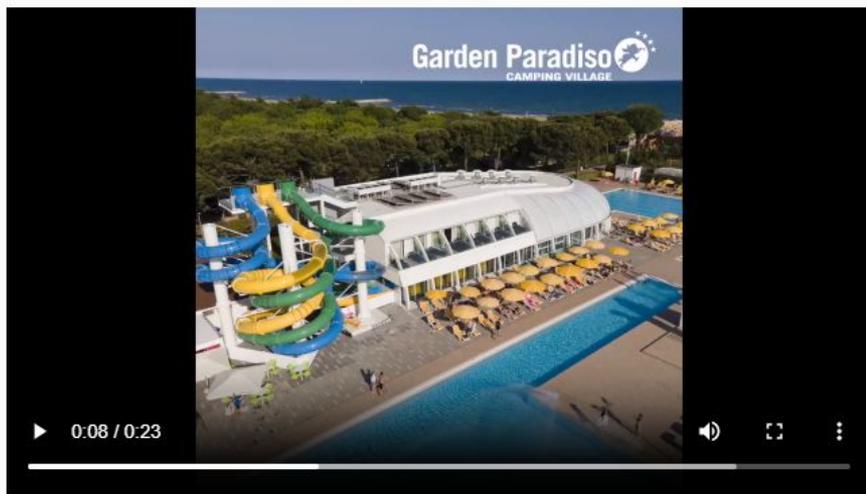
CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMILIA



CAMPAGNE SU SPOTIFY

Con le campagne su **Spotify** si può sostenere l'attività ADV nei periodi più caldi dell'anno, in presenza di particolari stagionalità.

Ideali per la consapevolezza e il ricordo del brand.



Download

IMMAGINE INTEGRATIVA



Email Marketing

Pianificare per obiettivi



CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMIILIA



Esistono diverse modalità per dialogare con i tuoi utenti. L'**email marketing** è uno di quelli più adatti per gli utenti di ritorno.

Garden Paradiso
CAMPING VILLAGE & FEELING SPA

Un Paradiso di Benessere

Concediti una pausa rigenerante...

Una vacanza al Camping Village Garden Paradiso è fatta di sport, divertimento... e tanto relax! Se vuoi trascorrere dei momenti di puro benessere, la nostra area wellness Feeling Spa è pronta ad accoglierti.

Idromassaggio, bagno turco, sauna, percorso Kneipp, terrazza Solarium con lettini, Spa Suite privata... da dove cominciare? Per la tua estate con noi e inizia subito a rilassarti!

VERIFICA DISPONIBILITÀ

Un'area benessere tutta da scoprire!

Non vedi bene questa mail? [Leggi online](#)
[Clicca qui per aggiornare le tue preferenze](#)

CENTRO OTTICO
• ENORE •
MICAGLIO

Occhi in vacanza: prenditi una pausa dagli schermi

A cosa servono gli occhiali con filtro per luce blu?

Se passi molte ore al computer riconosci questi sintomi: dopo una lunga giornata di fronte a uno schermo gli occhi si affaticano, si arrossano e si irritano. Se succede anche a te potresti star sperimentando la cosiddetta "sindrome da computer".

Tutti gli schermi emettono luce blu artificiale, che può avere delle conseguenze negative per gli occhi. In un mondo sempre più digitale purtroppo questi sintomi stanno diventando comuni e diffusi a tutte le età. Per lavoro, per studio o per diletto siamo spesso di fronte a uno schermo. Come possiamo proteggere i nostri occhi?

Gli occhiali con filtro per la luce blu possono essere una soluzione!

Ti capita di avere gli occhi affaticati e arrossati? Passa in negozio per tenere sotto controllo la salute dei tuoi occhi.

FISSA UN APPUNTAMENTO

Il Centro Vacanze & Golf Pra' delle Torri è un Resort a 5 Stelle
PRA' DELLE TORRI
HOTEL - VILLAGE - CAMPING - WATERPARK - SPORT - GOLF
CASA - VINO - SPA

Ci aspetta un'estate indimenticabile!

100% Pra' delle Torri Experience!

Sono stati mesi lunghissimi quelli che abbiamo trascorso aspettando questo momento, ma ora, finalmente, è arrivato: il Centro Vacanze Pra' delle Torri è pronto a riaccolgerti te, la tua famiglia e tutta la vostra voglia di vacanza!

Vivi giornate di relax, senza pensieri, ascoltando il rumore del mare sotto i raggi del sole primaverile, mentre la natura intorno a te si risveglia. Il Centro Vacanze è un tripudio di colori: un'oasi di pace dove il tempo sembra fermarsi e si creano ricordi indimenticabili.

Approfitta della convenienza di aprile e maggio:
Bungalow e Case Mobili a prezzo speciale fino al 27.05!

- Bungalow da 52,00 € a notte, fino a 4 persone incluse
- Case Mobili da 53,00 € a notte, fino a 4 persone incluse

Include l'uso delle piscine, gli scivoli acquatici, l'accesso alla spiaggia, l'animazione, il Wi-Fi e tanti sport praticabili gratuitamente!

PROGRAMMA LA TUA VACANZA



Domande?



Richieste Finali

Lavori per laboratorio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLEMILIA



In vista del **Laboratorio**, vi chiediamo di **fare delle riflessioni per uno o ciascuno dei propri business** (se si opera in business differenti):

- Scrivere i propri punti di forza e di debolezza
- Provare a rispondere alle domande dell'analisi del target
- In particolare, provare a immaginare il processo di conversione del proprio pubblico target
- Individuare delle stagionalità, se presenti
- Ragionare su quali canali pubblicitari potrebbero essere più utili di altri
- Identificare i competitor principali e i loro punti di forza e di debolezza





Il Team

Edoardo Vella

Digital Strategist e Advertising Specialist

edoardo.vella@sitebysite.it

Chiara Lucci

Project Manager

chiara.lucci@sitebysite.it



Grazie

Milano

Corso Buenos Aires, 43
20124 Milano
Tel. +39 02 365 90500

Padova

Via Bordin, 117
35010 Cadoneghe (PD)
Tel. +39 049 629146