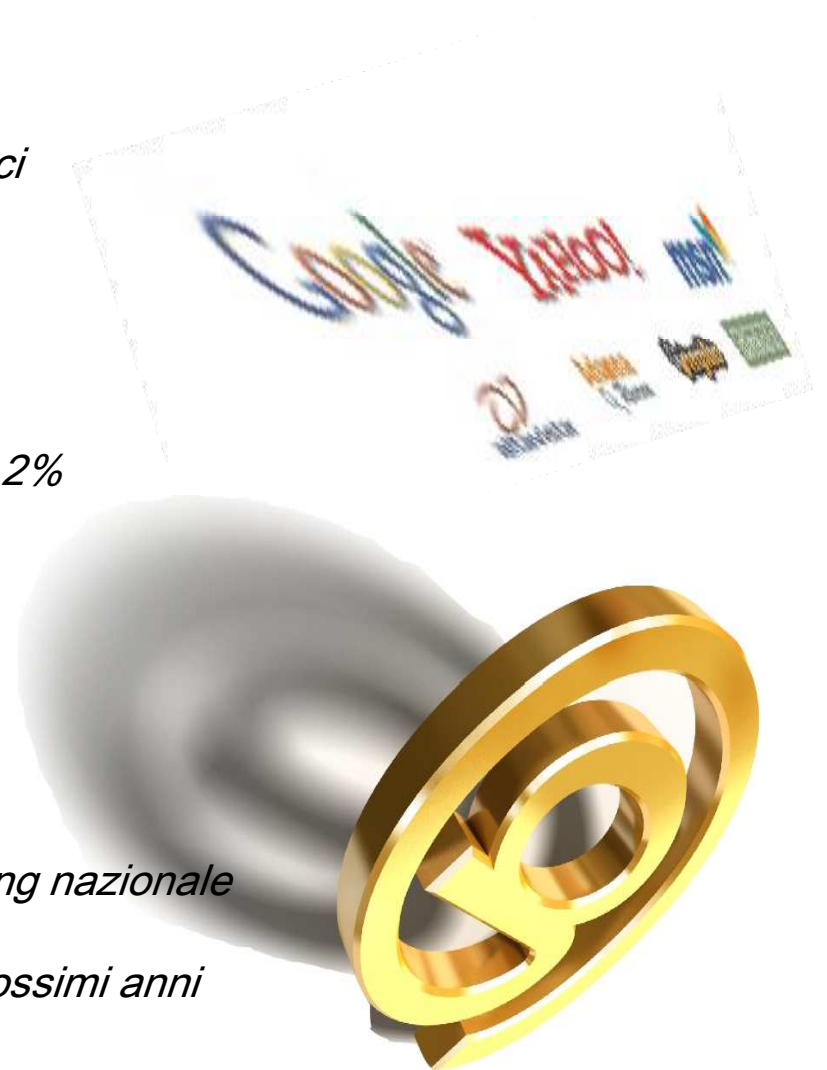


Evoluzione di Internet

- *Penetrazione di Internet nelle case e negli uffici*
- *Sempre più utenti su Internet*
- *E-Commerce (diretto, indiretto, B2C, B2B)*
- *Nel 2007 in Italia aumento del fatturato del 42,2% con oltre 23 milioni di ordini*
- *L'e-commerce ha rappresentato nel 2007 4,868 miliardi di euro*
- *Turismo B2C: primo mercato on line*
- *On line oltre il 55% dei flussi turistici di incoming nazionale*
- *Turismo 2.0: ulteriore crescita prevista per i prossimi anni*





Evoluzione di Internet

Per la struttura ricettiva dotata degli strumenti giusti, oltre il 60% dei flussi provengono da Internet e in particolare:

80% per gli agriturismi

80% per hotel 3 stelle

60% per hotel 4 stelle

70% per residence

60% per camping e villaggi





Evoluzione di Internet

L'osservatorio della Regione Toscana ha evidenziato un fattore di criticità che rischia di alimentare un *digital divide* tra le strutture ricettive:

- quelle che hanno assorbito la filosofia e gli strumenti Internet hanno superato varie crisi e ricevono prenotazioni on line per valori superiori al 70%

- quelle che hanno un sito web amatoriale ma non sfruttano pienamente Internet ricevono prenotazioni on line per valori inferiori al 30%





Evoluzione di Internet



Il concetto WEB 2.0

Il Web 2.0 indica uno stato di evoluzione di internet e l'insieme di tutte quelle applicazioni online che permettono uno spiccato livello di interazione sito-utente (blog, forum, chat, sistemi come Wikipedia, Youtube, Facebook, Myspace, Gmail, ecc.)





Il concetto WEB 2.0

Blog e Community

l'utente ha la parola e condivide con altri i suoi interessi
Dalla consultazione alla creazione di contenuti e alla loro
diffusione



Il concetto WEB 2.0



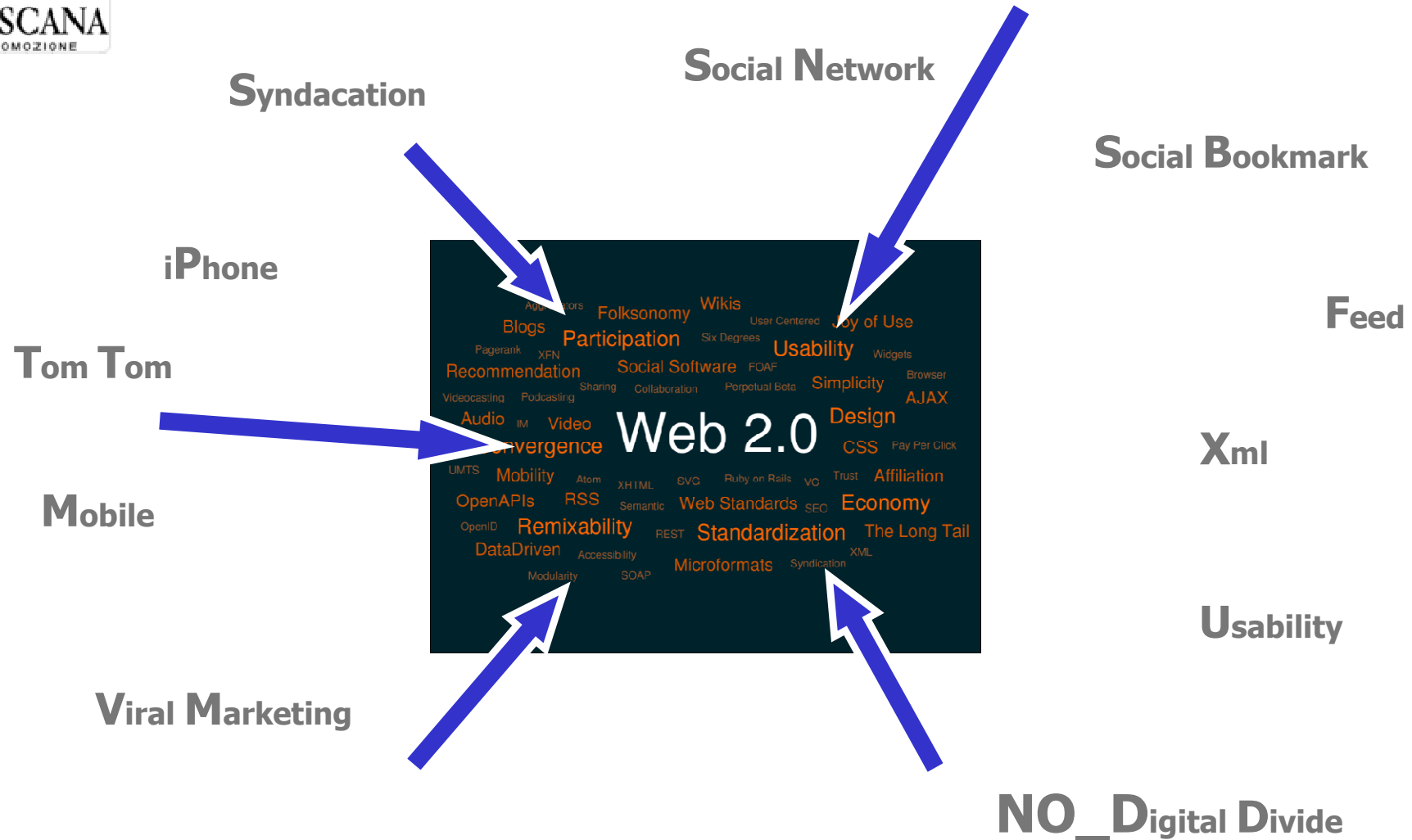
- Distribuzione di contenuti su dispositivi diversi e abbattimento del digital divide
- Non esistono più barriere e l'utente è al centro della comunicazione
- Ovunque egli sia ha accesso ai contenuti e può condividerli

iPhone





Il turismo sulla piattaforma WEB 2.0



Il turismo sulla piattaforma WEB 2.0



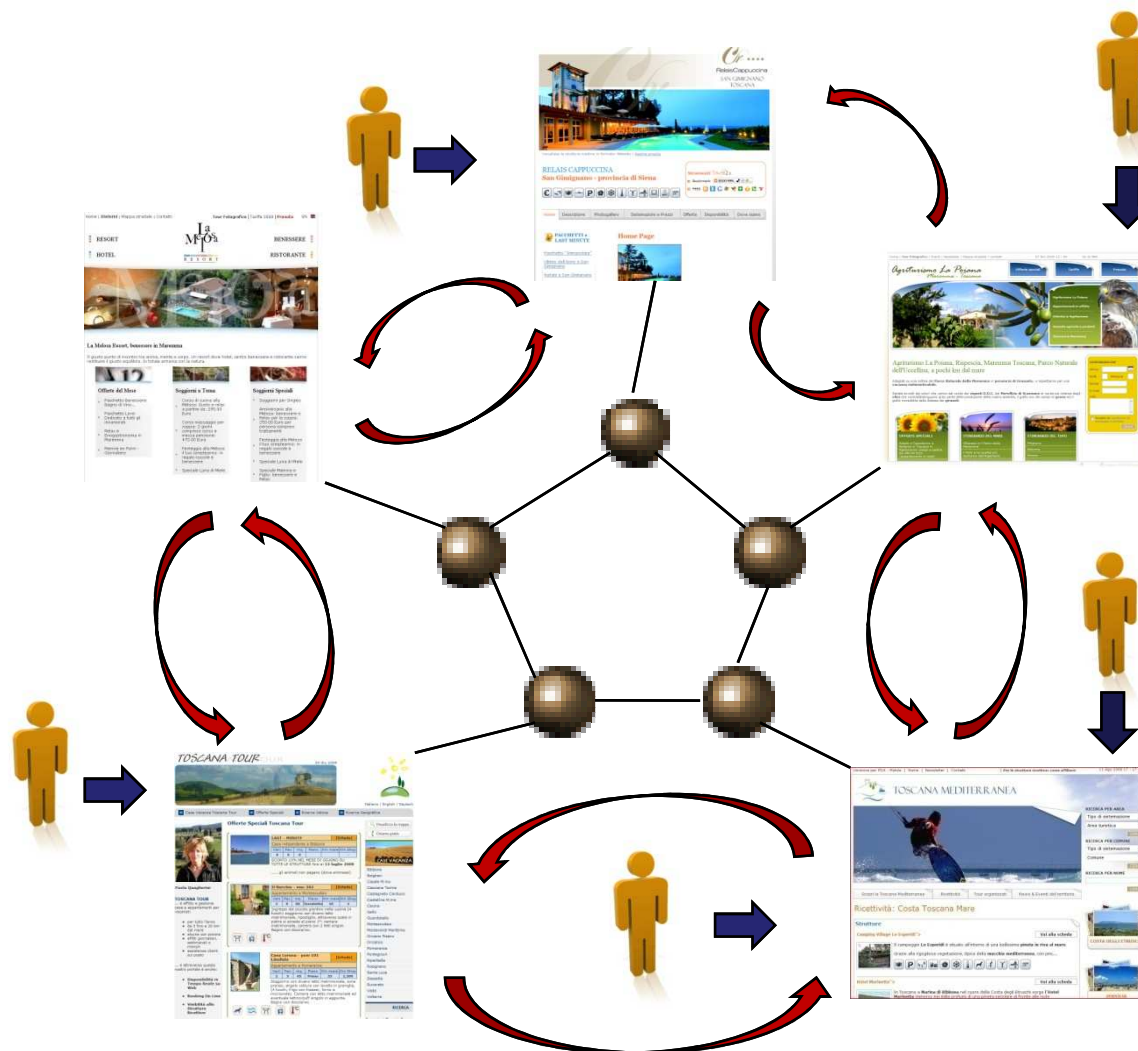
Social Network

Condivisione delle esperienze post-vacanza fra turisti:

- blog,
- commento,
- creazione contenuti
- gallerie fotografiche,
- video,
- cartoline,
- ricerca tra preferiti
- ...

Collaborazione nella decisione dei successivi viaggi:

- espressione di preferenze,
- profilazione,
- integrazione con portali e community
- Aste
- ...

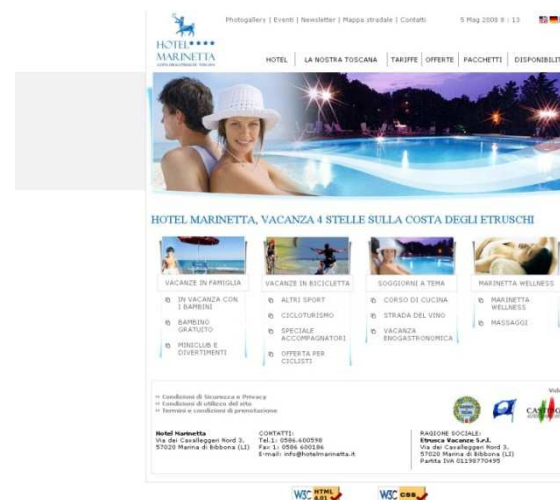




Il turismo sulla piattaforma WEB 2.0

Architettura dinamica del sito web 2.0

- Progetto di comunicazione struttura-turista
 - Design e grafica
 - Usabilità e conformità W3C
 - Flash
 - Presentazioni aziendali
 - audio/video
- Orientamento ai motori di ricerca
 - Canali e oggetti innovativi per una totale aggiornabilità
 - Promozione offerte
- Integrazione con il territorio (descrizioni, eventi, meteo,...)
 - Back office per la gestione autonoma
 - Rispetto degli adempimenti giuridici
 - Sito web certificabile





Il turismo sulla piattaforma WEB 2.0

Visualizza le strutture ricettive in formato: [Minisito](#) | [Pagina singola](#)

RELAIS CAPPUCCINA
San Gimignano - provincia di Siena

Home | Descrizione | Photogallery | Sistemazioni e Prezzi | Offerte | Disponibilità | Dove siamo

PACCHETTI e LAST MINUTE

[Pacchetto "Immacolata"](#)
[Ultimo dell'Anno a San Gimignano](#)
[Natale a San Gimignano](#)

Home Page

Strumenti Travel2.0

Bookmark **BOOKMARK**

FEED

Il turismo sulla piattaforma WEB 2.0

Centralità del sito internet & interfacce

Interfacce dei nuovi dispositivi

Palmari, telefoni cellulari, navigatori satellitari, altri dispositivi portatili, TV integrata con Internet, ecc. offrono grandi opportunità di penetrazione nella vita quotidiana al punto che a breve non useremo più il termine "Internet", tanto sarà diffuso e presente nelle nostre attività.

Il **turismo** è stato sinora il **capofila** nello sfruttamento delle nuove tecnologie promozionali e può esserlo ancora sapendo che **Web 2.0** vuol dire soprattutto distribuzione dell'offerta attraverso interfacce sempre più diverse: il sito deve quindi **distinguere la sostanza dei contenuti dalla forma** che questi prendono sui vari dispositivi utilizzati.



iPhone



Il turismo sulla piattaforma WEB 2.0



Cliente: CRM e Direct Marketing

Il **marketing aziendale** ha sempre ben chiari due obiettivi fondamentali:

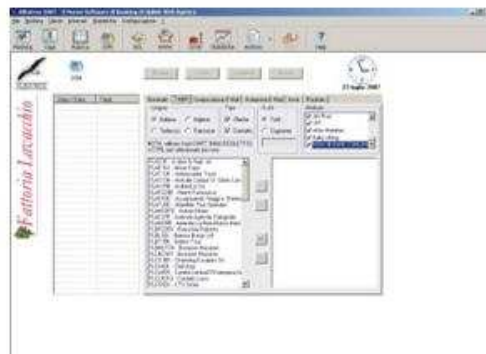
1. **acquisire** nuovi clienti
2. **mantenere** e **mettere** a frutto il proprio parco clienti.

I servizi messi a disposizione da **eMergo** agiscono sul punto **1**.

Il punto 2. è, invece, pienamente assolto dagli strumenti e dai servizi di Cliente.

La nostra esperienza ci dice che è sempre più difficile acquisire un nuovo cliente che **fidelizzare** quello già esistente.

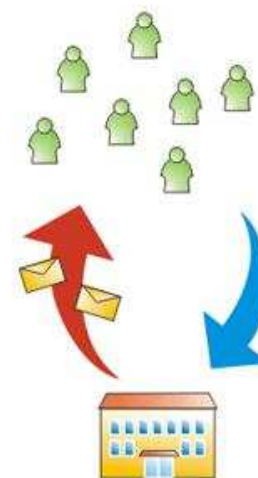
Da qui, e dall'opportunità di **mettere a profitto ogni contatto**, l'importanza di dotarsi di strumenti semplici ed efficaci per fare **gestione delle relazioni**.



Customer Relationship Management (CRM)

Strumenti software integrati con **Albatros Office** e **Albatros BOL** per la gestione strategica delle relazioni con i clienti attuali e potenziali:

- raccolta dati e profilazione
- analisi statistica
- azioni di marketing diretto comportamentale





Il turismo sulla piattaforma WEB 2.0

Turismo + Web 2.0 = Travel 2.0





Casi di successo del WEB 2.0

Agriturismo La Mandriola

Condivido con i miei amici
un luogo, un'emozione

Esporto
in automatico sulla
mia pagina di
Facebook



Casi di successo del WEB 2.0

Joy Planet – una nuova era per il tour operator

Mobile Newsletter Contacts Operator's Area Joy Planet's Showcase Tuesday, November 18, 2008 9:03:59 AM Versione Italiana

More than Tuscany...

Joy Planet

Tour Planning

Services

Accommodation

Incentive & Meeting

Community

BOOK-MARK

RSS FEED

SEND POSTCARD

GUESTBOOK

BLOG

Nature in Tuscany
Wine and Food Daily
Escursions
Booking for
museums and
events
Historical

Welcome

Joy Planet can count on **deep roots**.

It was founded thanks to the efforts of **several operators**, who have joined forces in order to be more competitive on the **international market**.

Let us be your partner, providing you with a **wide choice of hotels, restaurants, daily excursions** and wonderful **made-to-measure tours!**

[Read more...](#)

Services

- Guide and assistance services
- Booking for museums and events

Last Minute

- Itineraries with Filippo Lippi
- Week end in the tuscan countryside

Events

- The Culture of Taste...The Taste of Culture - Carmignano
- A special event for Prato -

LATEST NEWS

- 03/11/2008 WTM LONDON
- 23/10/2008 Welcome on our new 2.0 Portal



Altre applicazioni del WEB 2.0

Turismo e non solo

Tutti i settori delle attività produttive possono trarre grande vantaggio nell'utilizzo degli strumenti WEB 2.0

Un esempio: i prodotti tipici enogastronomici.

I clienti e utenti con i loro commenti, con la condivisione delle loro preferenze, diffondono l'informazione.

Questo tipo di "marketing virale" premia le aziende che fanno della qualità un principio di base





Altre applicazioni del WEB 2.0

Promozione e crescita economica del territorio

- valorizzazione dell'offerta turistico-ricettiva con il coinvolgimento delle strutture nella loro diversità
- valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale attraverso servizi e formule innovative
- valorizzazione delle attività produttive del territorio, di servizio e in particolare dei prodotti agricoli
- fornitura di servizi e prodotti alle aziende con i vantaggi del gruppo d'acquisto
- partecipazione delle associazioni di categorie (Confcommercio, Confindustria, Confesercenti, CNA, Lega Coop, ecc...), degli Enti Pubblici (regionali, provinciale, locali), gli APT, delle Proloco, ecc...
- valorizzazione del personale (formazione al management, alla conoscenza del turista, sviluppo di una cultura dell'accoglienza, ecc...)





Il futuro del turismo sul WEB 2.0

Qualità e Certificazione

- Un riferimento di qualità

- . Siti web sicuri dal punto di vista tecnologico
- . Qualità "one to one"
- . Semantica

- La certificazione

- . La certificazione turistica territoriale
- . Il disciplinare come identificazione del territorio e della qualità dei servizi



