



Il turismo sulla piattaforma WEB 2.0

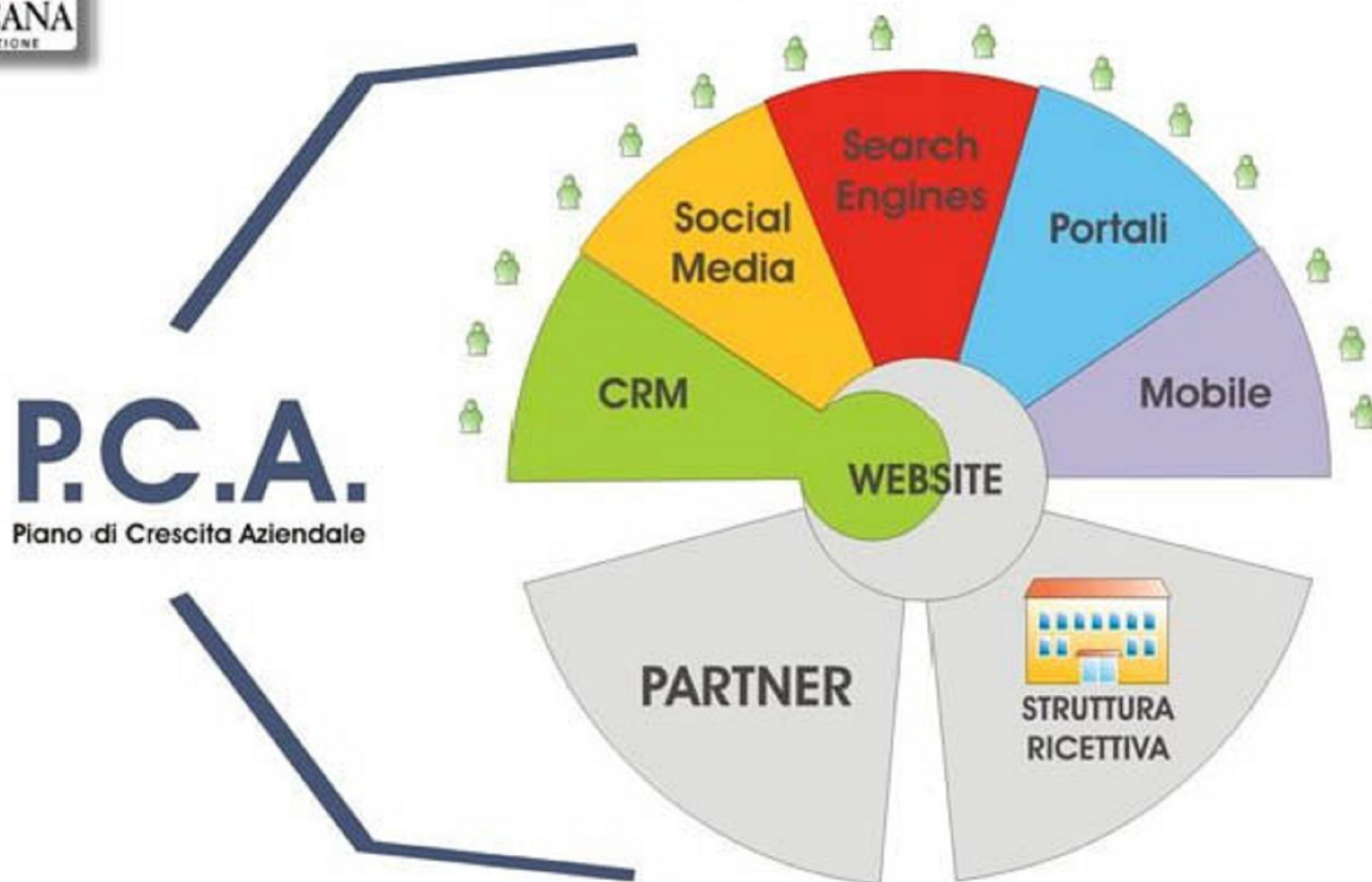
Turismo + Web 2.0 = Travel 2.0





Il modello di lavoro Travel 2.0

Centralità del Sito Web Aziendale, Marketing Mix, Controllo di Gestione



P.C.A.
Piano di Crescita Aziendale

Chianciano, ottobre '09

Il Turismo e il Web 2.0



Il modello di lavoro Travel 2.0

Centralità del Sito Web Aziendale, Marketing Mix, Controllo di Gestione

«Gli utenti oggi **navigano non solo da pc o portatile, ma dall'iPhone, dal Blackberry, dai navigatori satellitari, dai mini PC portatili** e dobbiamo adattare il sito della struttura ricettiva, nella grafica e nei contenuti, per tutti i supporti»

«Bisogna **mettere al centro l'utente e non l'azienda**, la domanda e non l'offerta, perché l'utente di oggi vuole essere protagonista»

L'ultima frontiera del marketing online è quella dei social network: **Facebook, Twitter, Youtube, Flickr**, ma anche **Tripadvisor, Zoover, Wikitravel** e altri siti focalizzati sul turismo: «è necessario **moltiplicare e diversificare la propria comunicazione** attivando profili e pagine su più social media contemporaneamente, in pratica **adottare un mix di strumenti web 2.0**, adattati (profilati) secondo le esigenze e i target che si vogliono raggiungere»

In tempi di crisi, le parole chiave sono: abbattimento dei costi e aumento o stabilizzazione dei ricavi. Anche per una piccola struttura, il Web 2.0 offre queste opportunità e i **tempi di risposta** delle campagne online non sono neppure biblici: «Si può dire che dopo tre mesi si iniziano a raccogliere i primi risultati, tra i sei e i nove mesi si è quasi a regime e **nel giro di un anno si è giunti a piena maturità e stabilità**»



Il modello di lavoro Travel 2.0

Centralità del Sito Web Aziendale, Marketing Mix, Controllo di Gestione

*Hotel 4 stelle - 130 camere - attività turistica a prevalenza stagionale - sito web in 9 lingue
+ di 5000 richieste dal sito/anno*

Commento del gestore: "Nel 2008 abbiamo fatto grandi investimenti, migliorando e ampliando molto la gamma di servizi del nostro hotel. Il web 2.0 ci ha permesso di diffondere la nostra offerta in maniera capillare in rete: il ritorno è stato ottimo, la crisi per noi non esiste"

*Agriturismo - 35 posti letto - aperto tutto l'anno - sito web in 4 lingue
+ di 2300 richieste da sito/anno*

Commento del gestore: "Da quando ho adottato le strategie Travel 2.0, non ho ancora capito bene perché ma sono sempre pieno!"

Agriturismo: "Gli apprezzamenti dei nostri clienti sulla community di hotel reviews più importante della rete, TripAdvisor, ci hanno qualificato come il miglior hotel della zona, facendo aumentare di molto le richieste di soggiorno. Ritengo il web 2.0 una grande opportunità per le strutture ricettive che soddisfano la propria clientela"

Hotel 3 stelle: "Il web 2.0 ci ha permesso di uscire dalle logiche schiacciati dei motori di ricerca, la soddisfazione mostrata dai nostri clienti è il nostro migliore biglietto da visita"

Tour Operator Incoming: "Gli strumenti web 2.0 ci permettono di raggiungere in maniera più diretta i nostri clienti, riusciamo in questo modo a capire molto meglio quali siano le loro esigenze e quindi ad ottimizzare la nostra offerta"