

# DESTINATION TALKS

## >Digital marketing per le destinazioni turistiche

Settembre-novembre 2011

Il percorso si concentra sulle innovazioni portate dai media digitali nel mondo del turismo. Sempre più le destinazioni sono oggetto di una narrazione che non si sviluppa a partire dal "sito istituzionale" ma si dipana attraverso blog, commenti postati su vari media "sociali", recensioni di strutture ricettive e ristorative, di eventi e tanto altro che sfugge ormai al controllo degli enti di marketing turistico-territoriale. Tali nuovi modalità di comunicazione, che si aggiungono e non si sostituiscono immediatamente a quelle tradizionali off-line, mettono al centro la destinazione e i suoi servizi attraverso percorsi molto destrutturati, spesso difficili da comprendere e da gestire.

Inoltre il web ha rivoluzionato le modalità di distribuzione dei prodotti turistici, e anche per le destinazioni territoriali è indispensabile aggiornare strumenti e linguaggi per governare le nuove leve di marketing.

L'aggressività sul fronte delle commissioni e dei prezzi e la pervasività delle OLTA (*on line travel agencies*) sono solo alcuni degli aspetti che rendono lo scenario estremamente interessante e in continua evoluzione.

Il percorso vuole stimolare un dibattito, attraverso casi ed esperienze "emergenti" rispetto ad alcuni questioni centrali del modo di fare (e vendere) turismo al giorno d'oggi.

### DESTINATARI

Il percorso è rivolto ai direttori delle Aziende per il Turismo e dei Consorzi Pro loco e ai collaboratori in posizioni di responsabilità commerciale e con ruoli di gestione degli strumenti di web marketing e sviluppo prodotto.

### SEMINARI

#### 1. Il nuovo marketing per le destinazioni: creatività e metodo per differenziarsi e sviluppare relazioni di valore con il cliente

Per le destinazioni turistiche è indispensabile adottare un approccio organizzativo orientato alle nuove tecnologie e un diverso rapporto con il cliente. Non basta quindi dotarsi di nuovi strumenti "social", ma è indispensabile collocare tali strumenti in una più ampia strategia di marketing che metta al centro il cliente e le nuove modalità di scelta e di consumo del viaggio e delle vacanze. Si prevede a questo proposito la presentazione di un caso di successo.

<b>Docente</b>	<b>Sabrina Pesarini</b> , consulente esperta di digital marketing
<b>Testimonianza</b>	<b>Francesca Rovati</b> , Responsabile Media/PR/Pubblicità di Svizzera Turismo
<b>Data</b>	<b>16 settembre 2011, ore 9.30 – 13.00</b>

#### 2. La comunicazione digitale e l'importanza della fiducia e della reputazione per promuovere il proprio brand (la "Rethink Influence")

Il seminario intende fornire una chiave di lettura sulle nuove modalità di comunicazione e sull'informazione digitale. Come gestire la notorietà, la reputazione di una destinazione nell'era della convergenza digitale? Come gestire un'economia basata sull'attenzione? Come essere attivi e creare le situazioni perché avvenga uno storyteller digitale positivo?

<b>Docente</b>	<b>Luca De Biase</b> , giornalista e scrittore, presidente Fondazione Ahref ( <a href="http://www.ahref.eu">www.ahref.eu</a> ), esperto di nuovi media e di mondi digitali
<b>Moderatrice</b>	<b>Sabrina Pesarini</b>
<b>Data</b>	<b>3 Ottobre 2011, ore 9.30 – 13.00</b>

### 3. La nuova distribuzione turistica: modelli di business e strategie delle OLTA (online travel agencies) e dei nuovi players

Internet ha allargato i tradizionali canali di distribuzione e ha imposto nuove formule obbligando le destinazioni territoriali e gli operatori a una continua rincorsa che si rivela difficile da capire e quindi da gestire. In questo scenario diventa essenziale elaborare strategie innovative di collaborazione/emancipazione rispetto ai nuovi player.

I responsabili di alcune imprese innovatrici dei modelli di distribuzione turistica si confronteranno con le destinazioni per generare un dibattito e una prospettiva sui modelli, le prospettive e le sfide della distribuzione del prodotto turistico.

<b>Docenti</b>	<b>Francesco Altavilla</b> , Hotelier Relations manager di trivago.it <b>Michele Aggiato</b> , Executive Director di Zoover Italia <b>Rossana Seghezzi</b> , Executive Director HolidayCheck Italy
<b>Moderatore</b>	<b>Sabrina Pesarini</b>
<b>Data</b>	<b>28 Ottobre 2011, ore 9.30 – 13.00</b>

### 4. Il social web e nuovo marketing relazionale

L'avvento dei media sociali ha imposto una profonda rivisitazione dei paradigmi di marketing, comportando un passaggio dalle tradizionali 4"P" (product, place, promotion, price) alle 4"C" (cliente, costo, canale, conversazione). Il modulo intende presentare idee e strumenti coerenti con il nuovo approccio al marketing, grazie anche a due testimonianze di imprese digitali di ultima generazione.

<b>Docente</b>	<b>Sabrina Pesarini</b>
<b>Testimoni</b>	<b>Cristoph von Bulow</b> , Vice President of Business Development, Travelzoo Europe <b>Angela Avino</b> , Responsabile Settore Travel Groupon Italia
<b>Data</b>	<b>18 novembre 2011, ore 9.30 – 13.00</b>

### STAFF DI PROGETTO

**Sabrina Pesarini**: direttrice del percorso di formazione

**Umberto Martini**: responsabile scientifico

**Paolo Grigolli**: progettazione, relazioni con i partner

**Alessandro Bazzanella**: progettazione, coordinamento didattico, organizzazione.

### ASPETTI ORGANIZZATIVI

I seminari si terranno dalle 9.30 alle 13.00 nelle date previste, presso la sede di tsm-Trentino School of Management in Via Giusti 40, a Trento. Presso la sede dei seminari è presente un ampio parcheggio.

**Per iscriversi è necessario accedere al sito di tsm-Trentino School of Management ([www.tsm.tn.it](http://www.tsm.tn.it)) e compilare la domanda di pre-iscrizione al corso Destination Talks. L'iscrizione al corso è gratuita.**

Per maggiori informazioni:

**Paolo Grigolli**: [paolo.grigolli@tsm.tn.it](mailto:paolo.grigolli@tsm.tn.it) – 0461 020 073

**Alessandro Bazzanella**: [alessandro.bazzanella@tsm.tn.it](mailto:alessandro.bazzanella@tsm.tn.it) – 0461 020 081