



CAMERA DI COMMERCIO  
REGGIO CALABRIA

# MARKETING DELLA DESTINAZIONE

INCONTRI FORMATIVI PER GLI  
OPERATORI E GLI ADDETTI DELLA  
FILIERA TURISTICA

**Daniele Donnici**  
21 novembre 2024



CAMERA DI COMMERCIO  
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E  
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

# **FARE RETE** **PER VALORIZZARE IL** **TERRITORIO** **E ATTRARRE TURISTI**

MARKETING DELLA DESTINAZIONE

21 novembre 2024



CAMERA DI COMMERCIO  
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E  
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

**OBIETTIVO** Sviluppare e promuovere la destinazione turistica in modo efficace attraverso la cooperazione tra operatori turistici privati e l'utilizzo strategico di strumenti di marketing digitale.

**CHI** Operatori turistici locali, gestori di strutture ricettive, agenzie di viaggi, guide turistiche, società di trasporto, ecc.



## IL MARKETING DI UNA DESTINAZIONE TURISTICA

### **Cos'è il marketing territoriale?**

- È l'insieme di attività volte a promuovere una destinazione turistica come un prodotto unico e distintivo.
- Si basa sulla valorizzazione delle risorse locali (storia, cultura, ambiente, tradizioni) per attrarre visitatori.

### **Perché è importante?**

- Favorisce la crescita economica locale.
- Crea opportunità per tutti gli operatori turistici del territorio.
- Migliora l'immagine della destinazione a livello nazionale e internazionale.



CAMERA DI COMMERCIO  
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E  
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

## 5 FASI DEL PIANO DI MARKETING

1

### ANALISI E SEGMENTAZIONE DEL MERCATO

L'analisi delle opportunità è basata su: analisi dei dati, trend, competitor diretti, clienti attuali e potenziali. La segmentazione del mercato considera le variabili geografiche, demografiche e comportamentali.

2

### MERCATI-OBIETTIVO

In base alle risorse a disposizione ed alle caratteristiche della nostra offerta turistica andremo a definire le strategie di marketing più efficaci per raggiungere i nostri mercati-obiettivo.

3

### POSIZIONAMENTO DEL BRAND

Differenziare la propria offerta per ciascun segmento e definire come e dove posizionarsi nello specifico mercato di riferimento, creando una proposta di valore unica

4

### PIANO DI MARKETING

Definire gli elementi che concorrono al successo delle iniziative di marketing individuate: prodotti turistici, revenue management, forme di promozione e canali di commercializzazione.

5

### CONTROLLO

Monitorare i risultati ottenuti rispetto agli obiettivi prefissati ed eventualmente, modificare o migliorare le azioni di marketing, i contenuti e gli strumenti.



## LA COOPERAZIONE TRA OPERATORI TURISTICI

### **Perché è fondamentale la collaborazione tra gli operatori turistici?**

- Un singolo operatore non può offrire un'esperienza turistica completa: la collaborazione consente di integrare varie offerte e creare pacchetti turistici.
- La cooperazione aumenta la visibilità della destinazione e permette di rispondere meglio alle esigenze di diversi tipi di turisti.

### **Perché è importante?**

- Favorisce la crescita economica locale.
- Crea opportunità per tutti gli operatori turistici del territorio.
- Migliora l'immagine della destinazione a livello nazionale e internazionale.



CAMERA DI COMMERCIO  
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E  
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

## COORDINAMENTO TURISTICO TERRITORIALE

**ORGANIZZAZIONE  
PRODOTTI**

**PROMOZIONE E  
COMMERCIALIZZAZIONE**

**SELEZIONE ESPERIENZE**

**RAPPORTI TRA PARTNER**



## COSTRUIRE UN PRODOTTO TURISTICO INTEGRATO

### **Cos'è un prodotto turistico integrato?**

- Un prodotto turistico che offre una combinazione di servizi diversificati (alloggio, trasporti, ristorazione, escursioni) ma ben coordinati.
- Punta a soddisfare i diversi bisogni del turista, da quelli culturali a quelli di svago e relax.

### **Vantaggi di un prodotto integrato**

- Attira turisti con diverse tipologie di interesse.
- Aumenta la durata del soggiorno e la spesa media per turista.
- Migliora la competitività della destinazione.



## LA NECESSITÀ DI UN PIANO DI WEB MARKETING

### **Perché il web marketing è cruciale per il turismo?**

- Oggi la maggior parte dei turisti cerca informazioni online prima di scegliere una destinazione.
- Un buon piano di web marketing aiuta a raggiungere un pubblico globale e a promuovere la destinazione in modo mirato.

### **Strumenti principali**

- Sito web: deve essere informativo, facile da navigare, responsive.
- Social media: Ig, Fb e TikTok sono utili per mostrare gli attrattori.
- SEO: Ottimizzare il sito web per i motori di ricerca per farsi trovare.
- Pubblicità online: Per raggiungere un pubblico ampio e profilato.



## LA NECESSITÀ DI UN PIANO DI WEB MARKETING

### **Perché il web marketing è cruciale per il turismo?**

- Oggi la maggior parte dei turisti cerca informazioni online prima di scegliere una destinazione.
- Un buon piano di web marketing aiuta a raggiungere un pubblico globale e a promuovere la destinazione in modo mirato.

### **Strumenti principali**

- Sito web: deve essere informativo, facile da navigare, responsive.
- Social media: Ig, Fb e TikTok sono utili per mostrare gli attrattori.
- SEO: Ottimizzare il sito web per i motori di ricerca per farsi trovare.
- Pubblicità online: Per raggiungere un pubblico ampio e profilato.

# I PASSI PER UN PIANO DI WEB MARKETING





CAMERA DI COMMERCIO  
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E  
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

## IL RUOLO DEGLI OPERATORI TURISTICI NEL WEB MARKETING

**Essere parte di un sistema: ogni operatore deve fare la propria parte nella promozione online della destinazione.**

- Creare contenuti da condividere sui social.
- Aggiungere informazioni sul sito web.
- Utilizzare le recensioni online per migliorare la visibilità.

**Il vantaggio della sinergia: promuovere la destinazione nel suo complesso è più efficace rispetto alla promozione singola.**



CAMERA DI COMMERCIO  
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E  
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

**LAVORARE INSIEME  
PER SVILUPPARE E PROMUOVERE  
UNA DESTINAZIONE TURISTICA  
È LA CHIAVE PER IL SUCCESSO.**



CAMERA DI COMMERCIO  
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E  
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

# STEP

**AVVIARE COLLABORAZIONI TRA OPERATORI**

**PIANIFICARE UN PIANO DI WEB MARKETING  
CONDIVISO**

**MONITORARE I RISULTATI E ADATTARSI ALLE  
NUOVE TENDENZE**

The image features a white background with decorative geometric patterns in the corners. The top-left corner has a series of thin, parallel lines radiating from a point. The top-right corner contains several overlapping semi-circles in shades of orange, red, teal, and dark blue. The bottom-left corner features overlapping semi-circles in red, teal, and dark blue. The bottom-right corner has a series of thin, parallel lines radiating from a point, mirroring the top-left pattern.

Grazie per l'attenzione