



ALPIMED



NUOVE FORME DI TURISMO TREND ECCELLENZA OPPORTUNITÀ - 2° parte

Marketing & Comunicazione – 7 P del Marketing applicati al prodotto turistico

Webinar – Tavola Rotonda | 18 giugno | 09.00 – 10.30

WE MAKE YOUR DESTINATION FIT FOR THE FUTURE

PIÙ VALORE AGGIUNTO | MAGGIOR SODDISFAZIONE DEL CLIENTE | UN NUMERO CRESCENTE DI OSPITI | ESPERIENZE DI MARCHIO SOSTENIBILI

1

GESTIONE DELLE DESTINAZIONI

- ✓ Progettazione e consulenza strategica
- ✓ Sviluppo Prodotto
- ✓ Ottimizzazione organizzativa e strutturale
- ✓ Gestione del marchio

2

GESTIONE DEI PROGETTI

- ✓ Ideazione e sviluppo di progetti
- ✓ Gestione di progetti e processi
- ✓ Innovazione di prodotto e offerta
- ✓ Gestione degli eventi

3

CONSULENZA MARKETING

- ✓ Marketing Digitale
- ✓ Marketing tematico / special interest
- ✓ Strategie di mercato e marketing
- ✓ Promozione vendita per strutture ricettive e attrazioni turistiche

4

FORMAZIONE

- ✓ Seminari e corsi
- ✓ Webimar
- ✓ Coaching individuale
- ✓ Organizzazione eventi di formazione

REFERENCES

 Österreich
ankommen
und aufleben

 HONG KONG
TOURISM BOARD

 KENYA
Tourism Board

 Jordan

AUSTRIA
TREND
HOTELS 

 Sheraton
Grand
SALZBURG

 HOTEL
GOLDENER HIRSCH
SALZBURG
THE
LUXURY
COLLECTION

DOLOCO
&

SALZBURGER LAND

visit
Piemonte
A SURPRISE EVERY DAY

 burgenland
Die Sonnenseite Österreichs.

 ROME CAVALIERI
A WALDORF ASTORIA RESORT

 SCHLOSS FUSCHL
RESORT & SPA
FUSCHLSEE-SALZBURG
THE
LUXURY
COLLECTION

 Sheraton®
FUSCHLSEE-SALZBURG
HOTEL
JAGDHOF

 SCHLOSS PICHLARN
Hotel Restaurant
Event SPA Golf
Schladming-Dachstein

FATMAP 

 SPORTNET
WEBSITE MARKETING AND TOURISM CONSULTANCY

 FH Burgenland
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

 Serfaus · Fiss · Ladis®

Wonderful
Outdoor
Week
La tua natura tra Alpi & Langhe

ACA FORMAZIONE

ASCOM FORM

 GERWIN BAIER
Trainings & Coaching

TECHNISCHE
HOCHSCHULE
DEGGENDORF 

Tu
Langhe Roero

 ATL
Azienda Turistica
Locale del Cuneese

 IL MAGICO PAESE
DI NATALE®

CASTELLO GRINZANE CAVOUR

ober
österreich

 MARKTGEMEINDE
HOCHNEUKIRCHEN-GSCHAIDT

 KIRCHSCHLAG
IN DER BUCKLIGEN WELT

 SCHWARZWALD
herz.erfrischend.echt.

 Ljubljana
where all of europe meets

 REGIONMARCHFELD

 GRAINAU
DAS ZUGSPITZDORF

 Saarland
GENUSS REGION

 EZZ
ESCH-SUR-ALZETTE
EUROPEAN CAPITAL
OF CULTURE

SÜDTIROL


DOLOMITI
SUPERSKI 
wonderful times

**Come vendere e
commercializzare
un prodotto turistico!**

**Come si può vendere un
prodotto che un consumatore
non potrà mai possedere?**

**ispirare, suscitare emozioni e far sognare al
cliente una esperienza turistica**

**creare contenuti coinvolgenti e
raccontare una storia coinvolgente su
un prodotto/esperienza di viaggio**

**identificare il vostro gruppo target
di clienti e conoscere le loro
esigenze e comportamenti**

**offrire benefici ai potenziali clienti
che lo fanno diventare un fan**

identificare i canali di comunicazione giusti per raggiungere il cliente nel momento giusto durante il percorso del cliente

Come commercializzare il prodotto turistico in modo diverso da altri prodotti o merci?

Come commercializzare un'attività basata sui servizi?



Che cos'è un servizio?

- **Un atto, una performance o un'esperienza che fornisce una sorta di valore.**
- **Il consumatore deve interagire con il produttore per creare il valore.**
- **I servizi sono più simili a processi o eventi e sono quindi intangibili.**

Un insieme di funzionalità e vantaggi per i clienti!

Aspetti dei servizi, natura dei servizi e differenza tra i beni

Intangibilità



TURKISH AIRLINES BOARDING PASS | BİNIŞ KARTI
A STAR ALLIANCE MEMBER

TURKISH AIRLINES
BOARDING PASS

SARZEP TARIK
TK 1591 Y 27OCT FOTV
11:55 IST FHA APIS OK

GATE/KAPİ: 213
BOARDING TIME / BİNIŞ SAATI: 10:55
SEAT/KOLTUK: 11B

FRANKFURT

2352325617297/2
SEC NO: 165 BAG: 0/0 AGT: TG GROUP: C

PLEASE WATCH SCREENS FOR GATE NUMBER AND BOARDING TIME.
BİNIŞ SAATI VE KAPİ NUMARASI İÇİN LÜTFEN MONİTÖRLERE BAKINIZ.

GROUP C 11B

0/0 165 TG
2352325617297/2
A STAR ALLIANCE MEMBER

Inseparabilità



Variabilità



Conservabilità



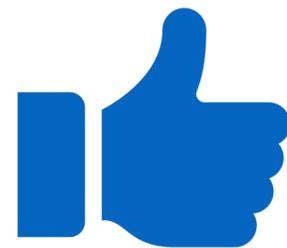
➤ **SUCCESSO** dei Servizi dipende molto

Fiducia

Marchio forte

Raccomandazione

Reputazione



7 Ps

**Sfide per il marketing dei servizi nel
turismo.**



The 7 Ps of Services Marketing





Product

Cosa ha da offrire la tua destinazione,
qual è il tuo prodotto/ storia principale!

Product

.... si riferisce a ciò che stai vendendo, comprese tutte le caratteristiche e i vantaggi che i tuoi clienti possono godere dall'acquisto dei tuoi servizi.

- Prodotto principale
- Prodotto di destinazione - Percorso del cliente
- Prodotto supplementare
- Facilitare il prodotto
- Servizi di supporto
- Servizi digitali



Price

**Cosa pagherà il cliente per i vostri servizi
e come è possibile aggiungere profitto!**

Price

....si riferisce alla tua strategia di prezzo per i tuoi prodotti e servizi e a come influenzerà i tuoi clienti.

Basato sui costi

Basato sulla domanda

Basato sulle operazioni

Basato sulla concorrenza

Basato sul mercato

Soluzioni di pagamento digitale



Place
Dove vendi il tuo prodotto
a diversi clienti!

Place

....si riferisce a dove i vostri prodotti e servizi sono visti, venduti o distribuiti. L'accesso per i clienti ai tuoi prodotti è fondamentale ed è importante assicurarsi che i clienti possano trovarli.

Canali di commercio e distribuzione

Mercati

Reti vendita / Uffici

Cooperazioni strategiche

Co-Marketing / Branding

Piattaforme digitali



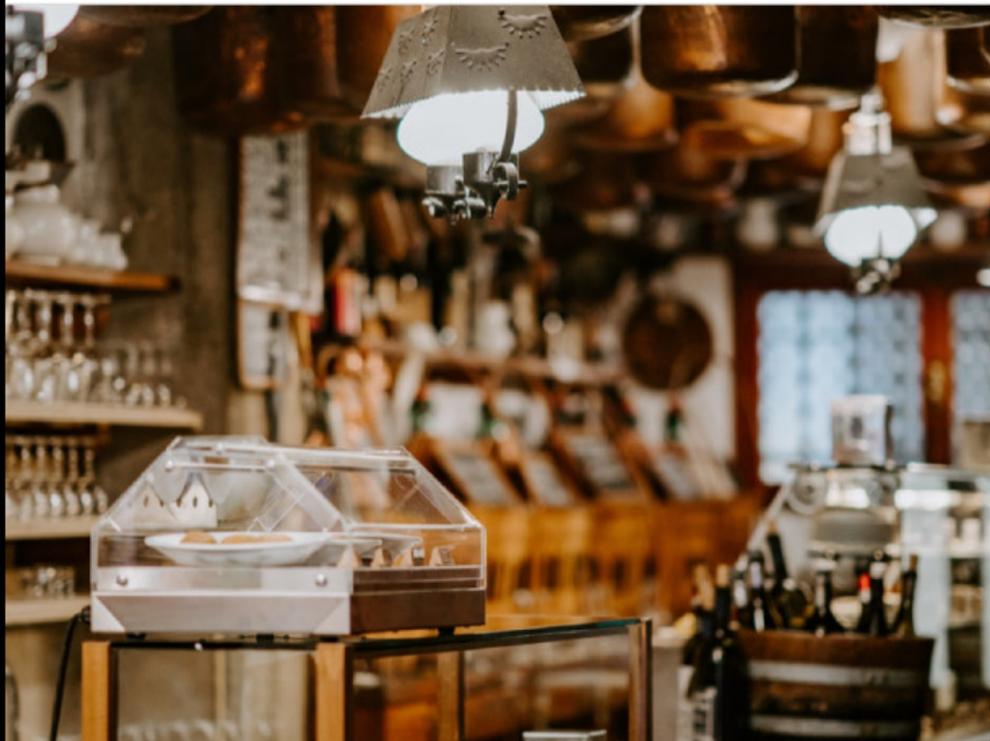
52 likes

lookbylinda Made it out here! Bring on those vacation summer vibes ☀️

View all 5 comments

3 HOURS AGO

 **jasperskitchen**
Sponsored



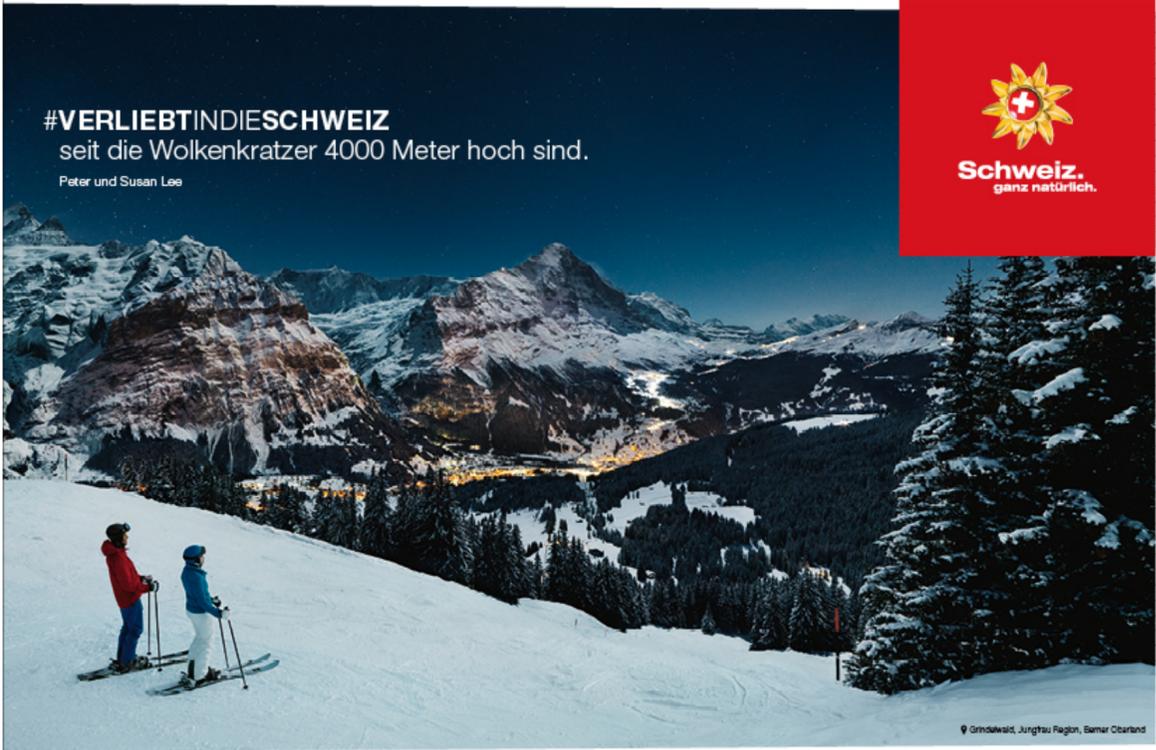
Shop Now >



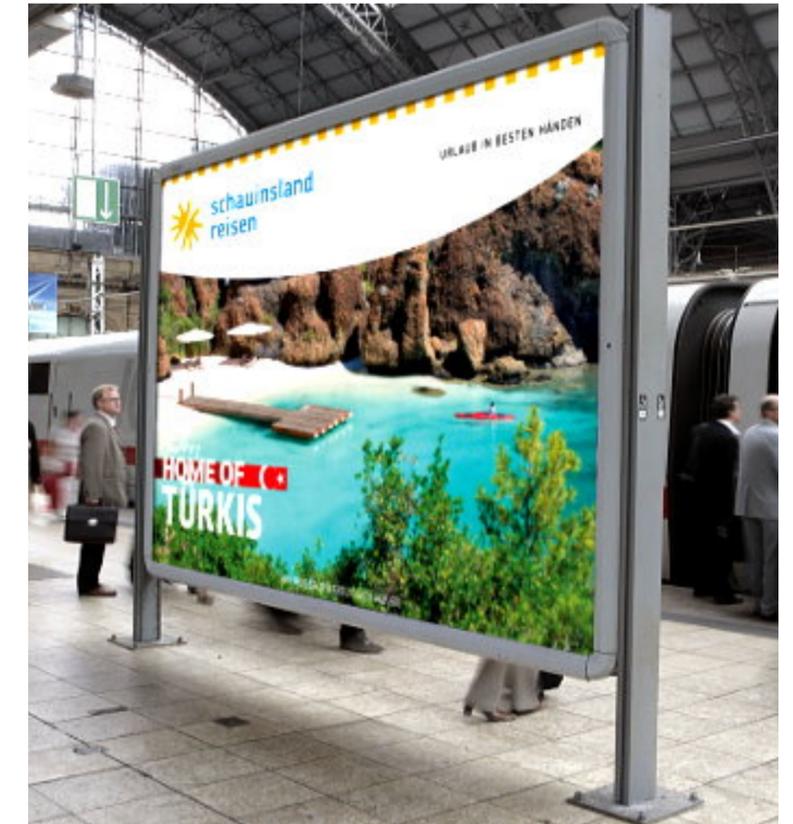
345 likes

jasperskitchen Meet Kale Junkie for a mason jar

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ
seit die Wolkenkratzer 4000 Meter hoch sind.
Peter und Susan Lee



Jetzt buchen und verlieben auf [MySwitzerland.com/winter](https://www.myswitzerland.com/winter) oder unter 0800 100 200



Promotion

Come vendi il tuo prodotto e quali strumenti si utilizzano!

Promotion

... Si riferisce alle attività promozionali che utilizzi per sensibilizzare i tuoi clienti sui tuoi prodotti e servizi.

- Marketing interno
- Marketing diretto & vendite
- Pubblicità
- Marketing digitale - Smart Data
- Content Marketing
- Eventi & PR



People

L'impatto dei fornitori di servizi sulla qualità del servizio e la soddisfazione dei clienti!

People

... si riferisce al personale e alle persone che lavorano per la tua azienda, incluso te stesso. Quando fornisci un servizio eccellente, crei un'esperienza positiva per i tuoi clienti, e così facendo commercializza il tuo marchio di prodotto a loro.

Clienti

Dipendenti e personale - qualità/quantità

Formazione e competenze

Relazioni

Remunerazione



Process

Come si comportano i fornitori di servizi in una destinazione e interagiscono per offrire esperienze di viaggio straordinarie!

Process

.... Si riferisce ai processi coinvolti nella fornitura dei vostri prodotti e servizi. Avere buoni processi in una destinazione garantisce di fornire ripetutamente lo stesso standard o qualità del servizio ai clienti

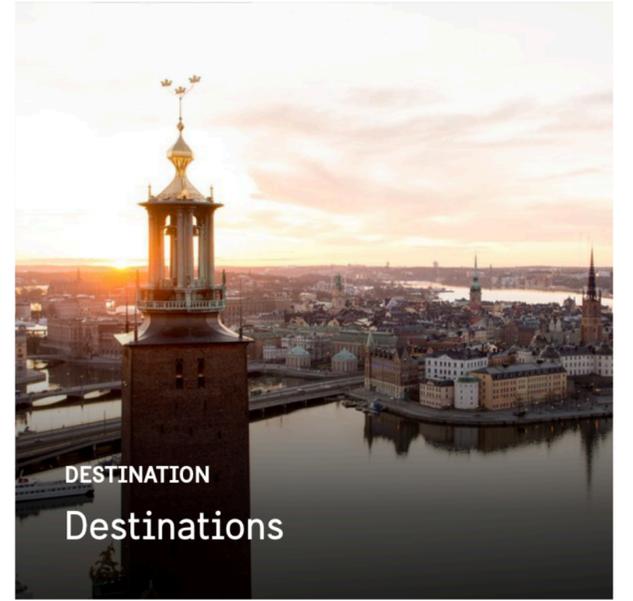
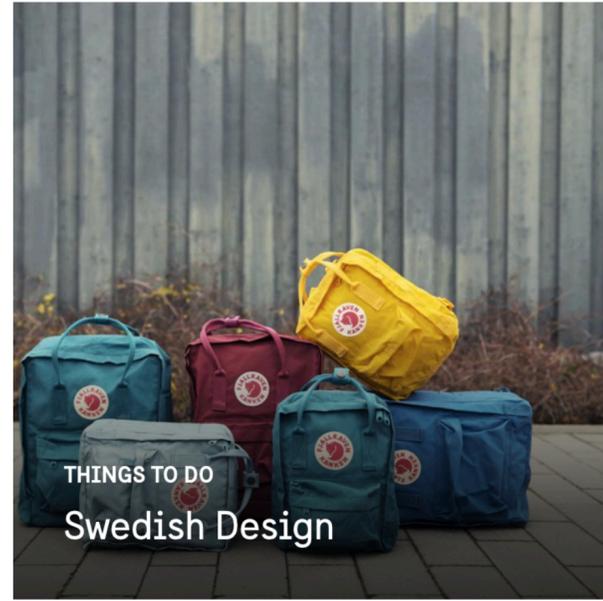
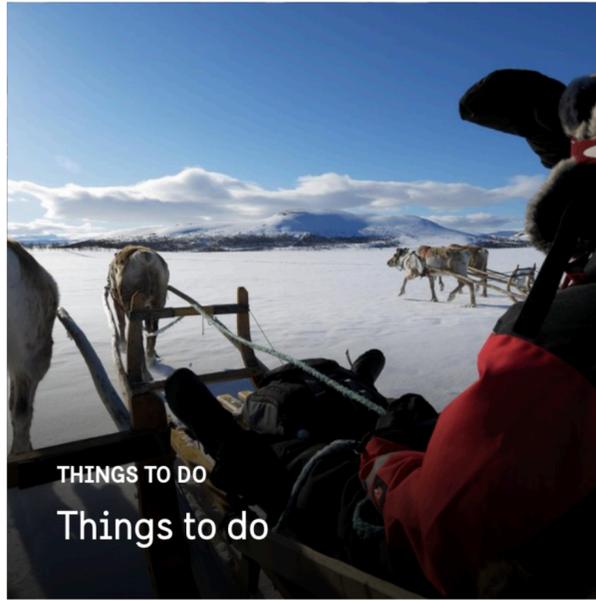
Progettazione dei servizi e sviluppo di prodotti

Standardizzazione

Personalizzazione

Efficienza operativa - Facile da usare

Digitalizzazione dei processi aziendali - Tecnologia (CMR, CMS..)



SHOW MORE →



Physical Evidence

Come le persone possono sperimentare il vostro servizio prima di consumarlo!

Physical Evidence

.... Si riferisce a tutto ciò che i tuoi clienti vedono quando interagiscono con la tua attività o quando entrano in contatto con il tuo servizio prima di visitare la destinazione.

- L'ambiente fisico in cui si fornisce il prodotto o il servizio
- Il layout o il design degli interni
- Imballaggio
- Branding
- Le prove fisiche possono anche riferirsi al tuo personale e al modo in cui si vestono e agiscono.

Customer Journey

Customer Journey

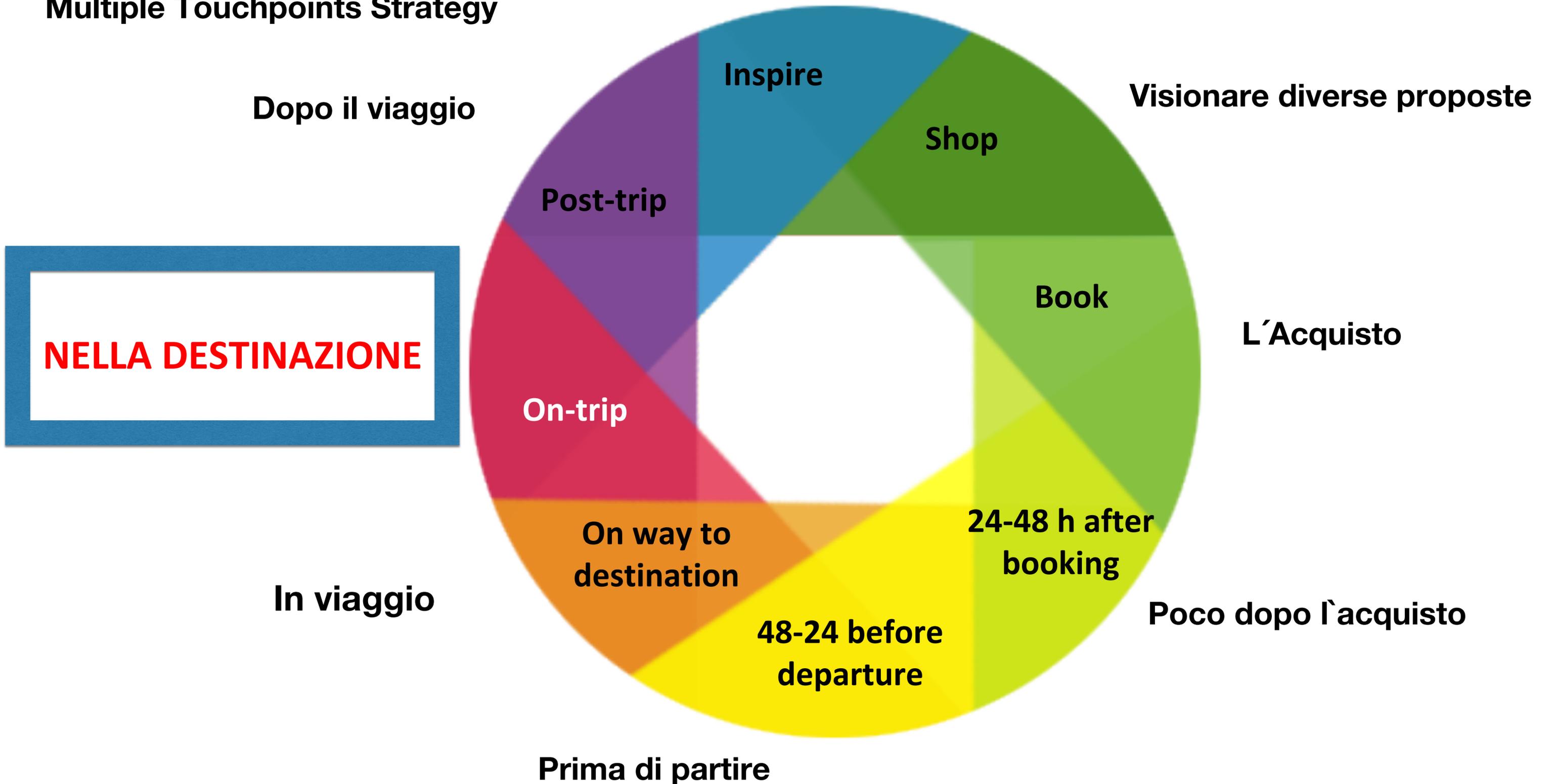
La Customer Journey è la somma completa delle esperienze che i clienti vivono quando interagiscono con la tua azienda e il tuo brand.

Invece di guardare solo una parte di una transazione o di un'esperienza, la Customer Journey documenta l'esperienza completa del comportamento di un cliente.

**Conoscere il percorso del
cliente consiste nel coltivare
l'esperienza del cliente**

Customer Journey

Multiple Touchpoints Strategy





ALPIMED



GRAZIE!



MARIO BAIER



+43 664 8427877
baier@mb-tourism.com
www.mb-tourism.com