



Carpegna 14/03/2021

## **PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE DEL TURISMO ESPERIENZIALE**

**Progetto per la creazione, promozione e distribuzione dell'offerta turistica esperienziale nel Montefeltro.**

Oggi al classico turismo di destinazione si è pressoché ormai sostituito quello esperienziale, cioè il turismo che permette di vivere una esperienza emozionante da condividere con amici e famiglia.

Il Progetto Bike Park è nato proprio con questa visione, il turista oggi si organizza la vacanza o un weekend per vivere esperienze emozionanti, per vivere sensazioni uniche che potrà raccontare e ricordare facilmente e che rappresentano il vero elemento caratterizzante della vacanza.

L'obiettivo è anche quello di incentivare la bassa stagione ed allungare così la stagionalità grazie ad una modalità più sostenibile e modulabile dell'offerta sulla base di quello che propone il territorio.

Progettare, creare e vendere un'esperienza emozionale che va al di là del semplice soggiorno, è una strategia di marketing innovativa per proporsi sul mercato turistico odierno.

### **LA NOSTRA IDEA DI MARKETING**

Utilizzare la vacanza esperienziale come veicolo per incrementare il business delle strutture alberghiere e conseguentemente di tutti i servizi presenti nel territorio, compresi ristoranti, bar, noleggi, parchi divertimento, visite guidate, artigianato, ecc...

Tutte le attività esperienziali aderenti al progetto, devono pensare e proporre un servizio esperienziale su misura per il cliente; l'obiettivo è di soddisfarne le esigenze con proposte che ricoprono i più diversi settori: cultura, enogastronomia, sport, natura, benessere, relax, tradizioni, artigianato, fantasia, gioco, divertimento, etc... contemporaneamente verrà da se la possibilità di vivere e ammirare la bellezza caratteristica del nostro territorio.

L'obiettivo strategico è promuovere l'esperienza, tramite la progettazione dettagliata di prodotti turistici emozionali, che prevedono la creazione di pacchetti vacanze esperienziali a tema, durante tutti i periodi dell'anno.

Al fine di ottenere un risultato concreto occorre avere una visione di una strategia di promozione pluriennale, puntando sull'acquisizione di nuova clientela.

Obiettivi principali della strategia di marketing:

- ✓ **Destagionalizzazione del turismo.**
- ✓ **Incremento delle presenze di turisti stranieri.**
- ✓ **Avviare collaborazioni di promo-commercializzazione con la riviera e il territorio circostante.**
- ✓ **Contattare i principali attori nazionali e internazionali del turismo esperienziale e organizzato.**
- ✓ **Convertire l'offerta emozionale attraverso travel influencer e i canali social.**



Carpegna 14/03/2021

Al fine del raggiungimento di questi obiettivi si attueranno azioni di promo-commercializzazione mirati e verranno create offerte esperienziali rispondenti alle esigenze del turista moderno, diversificate sui vari mercati identificati come target di riferimento.

L'azione principale sarà finalizzata alla creazione di pacchetti turistici esperienziali (emozionali e motivazionali). Nel contempo, attraverso la creazione di nuovi prodotti turistici a tema, si cercherà di intercettare nuove nicchie di mercato.

Sarà dunque fondamentale avere a disposizione una grande quantità di servizi per la creazione di esperienze emozionali e quindi di pacchetti mirati ed innovativi, che utilizzeranno come veicolo di comunicazione per la loro propagazione canali social e di advertising per acquisire una forte identità turistica.

Grazie a questo progetto, in un prossimo futuro saremo allineati all'offerta turistica nazionale ed internazionale, organizzati attraverso l'interazione tra strutture ricettive e risorse territoriali locali, elaborando tante diverse tipologie di vacanze esperienziali: dal mare alla montagna, dalle prestigiose città d'arte che ci circondano agli itinerari eno-gastronomici, dal turismo sportivo ai centri benessere.

Per raggiungere clienti quali, famiglie, gruppi di amici, e altri target specifici, sarà pianificata la promozione sui social media con l'utilizzo della strategia Storytelling, grazie alla produzione di video esperienziali e l'utilizzo di Influencer, il turista potrà venire a conoscenza delle diverse esperienze da vivere in quella struttura o in quel territorio.

Nell'ambito turistico i Blogger e Influencer sono fondamentali, perché grazie al seguito dei propri followers, hanno il potere di orientare e influenzare le scelte dei consumatori-turisti.

## **COME PROGETTARE L'OFFERTA ESPERIENZIALE**

Nel confezionare il prodotto turistico e quindi nella realizzazione del pacchetto emozionale, è fondamentale tenere sempre ben presente come focus, il ricordo che lo stesso dovrà fissare nella mente del potenziale cliente, indipendentemente che lo stesso sia un adulto o un bambino, amante della natura o sportivo, se non saremo in grado di fissare un piacevole ricordo dell'esperienza non potremmo contare su una vasta fascia di clientela di ritorno né tanto meno potremmo godere del passa parola che più di ogni mezzo di comunicazione funziona in maniera comprovata.

Per puntare al "cuore" del cliente più che alla sua "testa" gli si deve vendere anche un'azione, una prospettiva, una possibile emozione: un'esperienza, appunto.

E' la prospettiva di una esperienza che cattura l'interesse dell'utente. La descrizione dettagliata di luoghi e attività passa in secondo piano, dovranno essere messe in risalto invece tutte quelle esperienze e quelle attività che si possono compiere in quella vacanza.

I soggetti coinvolti nel progetto quindi, si devono orientare a vendere emozioni ed esperienze, in questo modo il rapporto con il cliente passerà dalla semplice prenotazione di un soggiorno ad una serie di esperienze accattivanti.



Carpegna 14/03/2021

## **STRATEGIA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE**

Per realizzare una strategia di marketing e comunicazione vincente è necessario valorizzare risorse e attrazioni del territorio conservando le specificità delle singole strutture con l'obiettivo di comunicare un valore aggiunto del turismo esperienziale.

La strategia di prodotto si baserà sulla realizzazione di contenuti volti a soddisfare al meglio le esigenze del cliente per far vivere esperienze che rimangano ben impresse e facilmente condivisibili.

La promo-commercializzazione sarà articolata e multicanale con il fine dello sviluppo commerciale dei diversi prodotti turistici sia in Italia che nei mercati esteri, sia tramite la filiera del turismo organizzato, sia con i travel influencer.

Attività previste dal Progetto:

- Creazione di pacchetti turistici esperienziali
- Realizzazione di Video Esperienziali
- Attività di Storytelling e Social Media Marketing
- Utilizzo di Blogger e Travel Influencer
- Promozione dei pacchetti turistici a Tour Operator, Agenzie Viaggi o campagne di e-mail marketing
- Promozione nei Cral aziendali e nelle Associazioni