

Destinazioni turistiche: le 10 regole per ripartire bene

ATTUALITÀ 28/04/2020 08:35

Mi piace 391

Tweet

Share

Primo: dare tutti lo stesso messaggio. Le regole del marketing applicato mai come oggi sono utili per provvedere alla ripartenza delle destinazioni al termine del lungo **lockdown**.

ARTICOLI DI APPROFONDIMENTO

+ AGENZIE VIAGGI 28/04/2020 11:39

Schermi protettivi e segnaletica: in Inghilterra l'agenzia di viaggi che rispetta la distanza sociale

f t

Un momento, quello che precedere la **riapertura al turismo**, nel quale bisognerebbe non sbagliare né nella promozione, né nella comunicazione.

Un vero percorso a ostacoli visto che una situazione come quella che si è creata non ha precedenti storici e quindi non esistono regole o

riferimenti, come sottolinea **Massimo Feruzzi**, patron di **Jfc**.

La società propone, allora, un decalogo per le destinazioni, per evitare di incappare in errori di comunicazione e marketing che potrebbero costare cari. Ma ci sono idee utili anche per gli operatori.

Il decalogo

Sono 10 i passaggi consigliati da Jfc per affrontare la nuova situazione.

1.delineare un unico topic di comunicazione: vale per tutta la destinazione e gli operatori ed è da concordare con le associazioni e gli operatori della filiera turistica;

2.attivare una campagna di comunicazione di "avvicinamento": dedicata alla clientela fedele, va attivata dal giorno successivo al termine del lockdown e deve esprimere una reale vicinanza di "sentimenti";

3.evitare proposte e stimoli commerciali: non è ancora il momento. Al termine del lockdown si deve invece puntare alla ri-attivazione della relazione e di un clima di fiducia con la clientela;

4.evitare messaggi troppo positivi o negativi: "andrà tutto bene" fa masticare amaro, ma nello stesso tempo è necessario controllare la comunicazione interna, generata dal sentiment degli operatori locali, che rischia di essere troppo negativa (e circola velocemente in rete);

5.avviare azioni di riposizionamento sul mercato: è necessario attendere 15/20 giorni dall'inizio della Fase 2 per affrontare questa fase. I temi dovranno essere le offerte legate alla possibilità di trovare spazi "personali ed individuali" ed le eccellenze del territorio;

6.no agli sconti: in questa fase si deve evitare di stimolare gli ospiti con agevolazioni, sconti, promozioni, che verrebbero viste come azioni di "svendita" del servizio e della destinazione;

7.medici e infermieri: lasciare ai singoli operatori la possibilità di ospitare medici ed infermieri impegnati nell'emergenza: non è, questo, un tema sul quale costruire una campagna di comunicazione post covid-19. È brutto dirlo, ma la paura continua a serpeggiare nella popolazione;

8.mai usare termini sanitari nella comunicazione turistica: nessuno è interessato a soggiornare in una località-ospedale, ma tutti vogliono poter non pensare al covid-19, tantomeno in vacanza;

TTG ITALIA 04.05.2020

NOTIZIE PRINCIPALI

TRASPORTI 04/05/2020 08:35

Rimborsi compagnie: una via per sopravvivere

f t



Un bottino da 10 miliardi di dollari. Ma è soltanto una stima preliminare. La questione dei rimborsi dei biglietti da parte delle compagnie aeree continua ...

TRASPORTI 04/05/2020 08:33

Alitalia e l'incognita newco

DI REMO VANGELISTA f t

TRASPORTI 04/05/2020 09:17

Ryanair taglia 3mila posti di lavoro. Fino a settembre si vola al 50%

f t

AGENZIE VIAGGI 04/05/2020 08:03

#iononapro: la protesta di adv e t.o. siciliani

DI ORIANA DAVINI f t

AGENZIE VIAGGI 04/05/2020 08:35

Osservatorio PoliMi: "Così cambierà il turismo italiano"

f t

ITALIA **TTG REPORT** ISCRIVITI >
RICEVI OGNI GIORNO VIA EMAIL LE NOTIZIE DI TTG

ITALIA **TTG AGENTI SEGRETI**

STORIE E NOMI
DI CHI STA CAMBIANDO
IL MERCATO



9. la sicurezza: i termini da preferire sono quelli legati alla sicurezza, anche sanitaria, alla salubrità dei luoghi, alla sostenibilità delle proposte e così via;

10. predisporre un Crisis Exit Plan, nel quale vengono delineate le azioni necessarie da attuare nei vari step, con validità ben oltre la fase 2 e cadenzate sino all'estate 2021.

 Mi piace 391

 Tweet

 Share

ITALIA
TTG LAB

WEBINAR  SCOPRI I NOSTRI WEBINAR

E-LEARNING  DIVENTA ESPERTO
CON I NOSTRI E-LEARNING

TTG
ITALIA

© 2020 ITALIAN EXHIBITION GROUP spa Tutti i diritti sono riservati Privacy policy / Note legali  RSS  Facebook  Twitter  Iscriviti alla Newsletter
Contattaci

ITALIAN EXHIBITION GROUP spa - sede legale e amministrativa Via Emilia, 155 - 47921 Rimini - Cod. Fisc./P.Iva 00139440408.

CONCEPT, DESIGN & FRONTEND BY  RGB MEDIA DEVELOPMENT BY  willbit