PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

Comunicazione e marketing digitale per Il turismo

Docente:

Mara Normando

CAMERA DI COMMERCIO
SALERNO

UNIONCAMERE

INDICE DEI CONTENUTI

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

1 Il viaggio comincia online – Digital Traveller Journey

2 Strategia editoriale: target e PED

3 Focus canali: Instagram e WhatsApp Business

4 Strategia Local Seo e Google Business Profile

5 Reputazione online e gestione delle recensioni

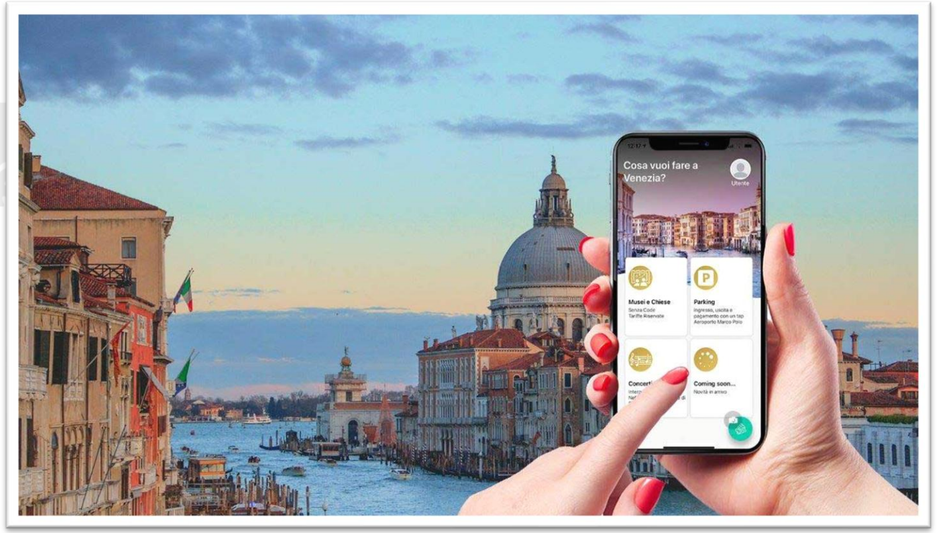
PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

1 Il viaggio oggi comincia online

Perché il marketing digitale è decisivo nel turismo locale

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

- L’82% dei viaggiatori prenota online esperienze e alloggi
- Il 70% cerca ristoranti o attrazioni su Google o Maps
- Il 52% degli under 40 si ispira ai social per decidere dove andare
- Il 75% dei viaggiatori afferma che le recensioni online influenzano direttamente la decisione finale di prenotazione



Fonti: Google Travel Insights (2023), Expedia – Traveler’s Path to Purchase (2023), TripAdvisor Insights Report (2022)

La Digital Traveller Journey

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

1. Ispirazione
Il turista inizia a sognare la prossima meta attraverso contenuti emozionali e visivi. Canali come social media, blog e newsletter sono fondamentali per catturare l'attenzione e stimolare il desiderio di viaggiare.

2. Pianificazione
In questa fase, il viaggiatore cerca informazioni dettagliate e confronta opzioni. Siti web, recensioni online e email marketing personalizzato diventano strumenti cruciali per guidare le sue scelte.

3. Prenotazione
Il momento della decisione: il turista effettua la prenotazione attraverso piattaforme online o direttamente con la struttura. Un'esperienza di prenotazione semplice e comunicazioni chiare via email possono fare la differenza.

4. Esperienza e Condivisione
Durante e dopo il viaggio, il turista vive l'esperienza e la condivide. Email di follow-up, richieste di recensioni e contenuti condivisibili incentivano la fidelizzazione e il passaparola positivo.



PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

2 Strategia editoriale: da dove partire?

Il sito web: il cuore della strategia digitale

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

Perché è essenziale avere un sito ben strutturato?

- È la casa digitale dell'attività turistica: tutto parte e torna lì.
- Offre contenuti completi e sempre aggiornati (offerte, orari, contatti, servizi).
- È il punto di raccolta e partenza di tutti i canali digitali (social, email, blog, annunci).
- È uno spazio controllabile e sicuro, rispetto a piattaforme terze.



Modello Hub & Spoke

Modello Hub & Spoke ➤ Tutte le strade portano al sito:
è lì che avviene la conversione!

Strategia editoriale: contenuti che parlano al cliente giusto

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

Il marketing efficace parte sempre da una domanda: “A chi sto parlando?”



Definire il target con le «personas»: creare profili-tipo realistici

Esempi:

- Chiara, 35 anni, ama i weekend food & wine
- Thomas, 28 anni, cerca natura, autenticità e zero stress
- Famiglia in viaggio: cerca comfort, semplicità, esperienze locali per bambini

Cosa pubblicare (e perché)

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

🧭 **Storytelling quotidiano**: Mostra cosa succede “dietro le quinte” la preparazione di una camera, la raccolta delle olive, il risveglio nel borgo, la colazione con prodotti locali.
→ *Più vero, più efficace: il pubblico si riconosce nei dettagli autentici.*

🍁 **Stagionalità e tempo reale**. Ogni stagione ha il suo fascino: l’autunno con i colori caldi, l’inverno con le atmosfere intime, la primavera con i fiori e gli eventi, l’estate con la vita all’aperto.
→ *Racconta il presente: ciò che un turista può vivere ora o a breve.*



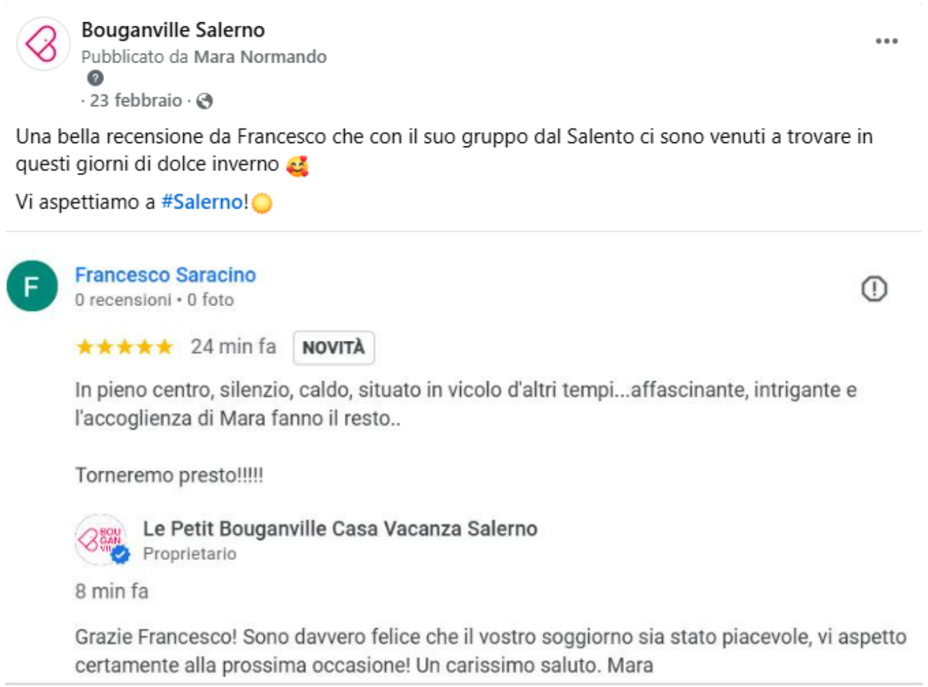
Cosa pubblicare (e perché)

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

🤝 **Coinvolgimento della community** (UGC – User Generated Content). Ripubblica le foto dei tuoi ospiti, cita le loro recensioni, ringraziali pubblicamente: sono ambasciatori della tua realtà.

→ *Il contenuto creato dai clienti è 12 volte più credibile di quello creato dal brand.*

(Fonte: Nielsen)



💬 **Micro-narrazion**i. Brevi aneddoti: “Questa mattina una coppia inglese ha scoperto la nostra marmellata fatta in casa…”

→ *Attivano emozioni, memorie, curiosità.*

Il Piano Editoriale (PED)

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

Il Piano Editoriale è uno strumento che aiuta a pianificare la pubblicazione dei contenuti sui social media.

Il PED contiene:

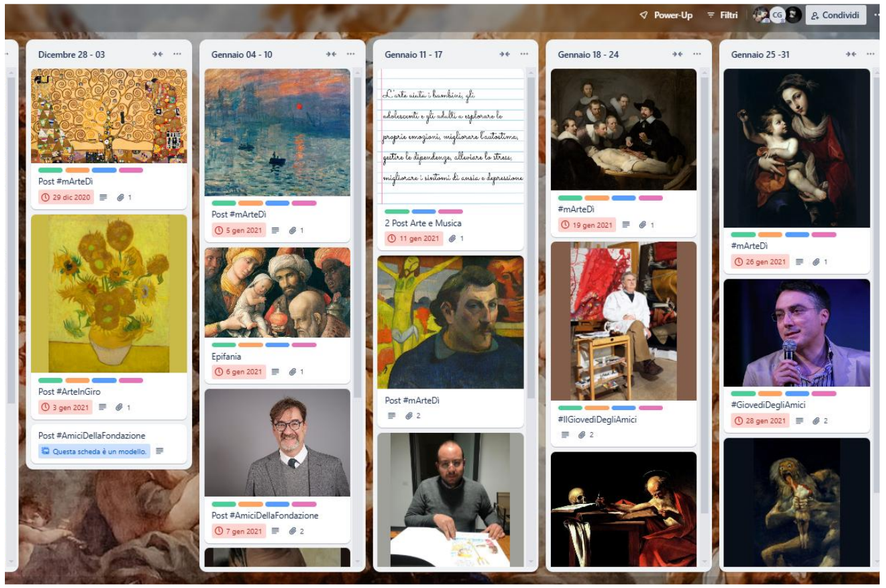
Frequenza di pubblicazione

Macro - argomenti

Tipi di contenuto (es: contenuto informativo/ di intrattenimento)

Formato dei contenuti (post carosello- infografiche - sondaggi ecc..)

Esempi di contenuti da pubblicare (creatività e copy)



CALENDARIO EDITORIALE FONDAZIONE DE CHIARA DE MAIO

Tools utili per creare i calendari editoriali: Trello, Google Calendar, Excel

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

3 Focus canali: Instagram e WhatsApp business

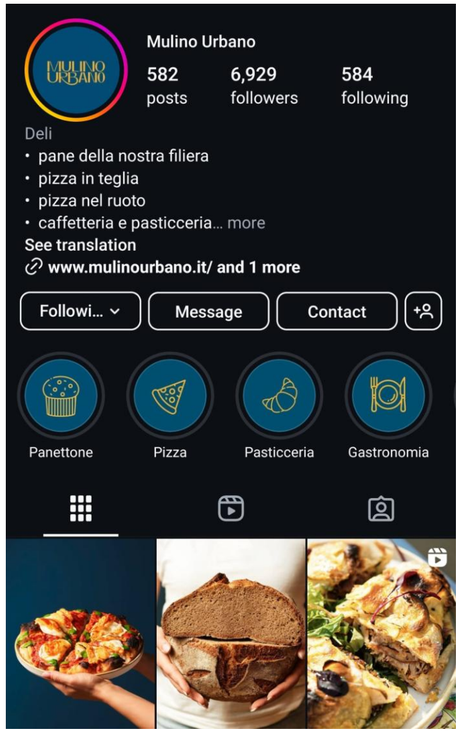
Instagram: lo strumento ideale per ispirare e raccontare il territorio

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

🎥 Reels brevi, autentici e visivi:

- Sono il formato con il maggiore engagement su IG
- Hanno priorità nell'algoritmo: più visibilità anche senza sponsorizzazioni
- Sono perfetti per mostrare esperienze vere

→ il turista può "vivere" un'anteprima



📚 Storie in evidenza ordinate per tema (camere, prodotti, servizi, recensioni)

Instagram: Tips e tools

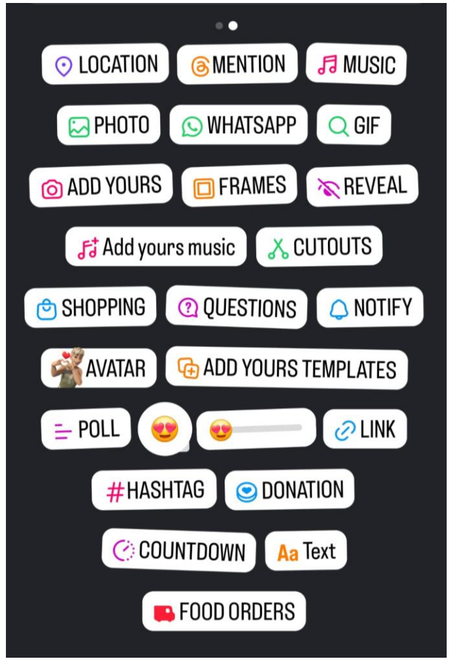
PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

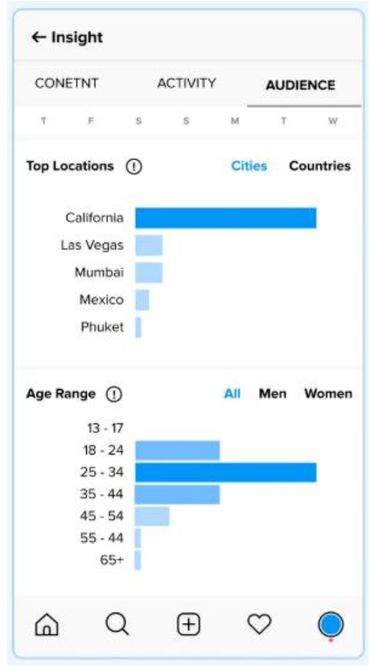
👥 **Interagisci**: rispondi ai commenti, usa sticker nei sondaggi e quiz nelle storie

🎯 **Hashtag locali e geolocalizzazione:**

- **Aumentano la visibilità**: i post con geotag ricevono in media il 79% di engagement in più rispetto a quelli senza.
- **Rendono i contenuti più rilevabili**: gli utenti possono cercare contenuti per località, scoprendo così nuove destinazioni o attività.
- **Favoriscono il turismo locale**: aiutano a promuovere esperienze autentiche e meno conosciute.

📊 **Monitora**: usa gli insight di Instagram per capire cosa piace di più e per conoscere meglio il proprio pubblico di riferimento



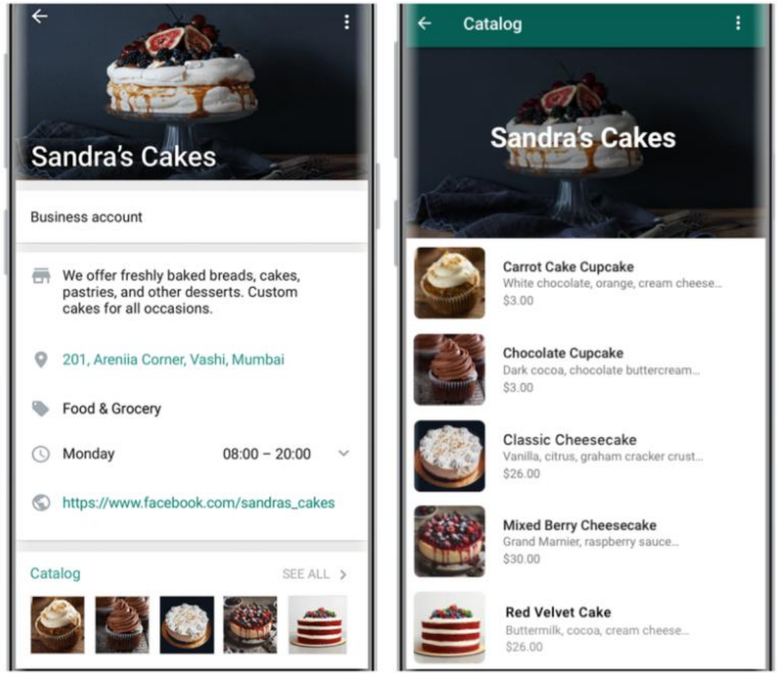


WhatsApp Business: comunicazione diretta, veloce e personalizzata

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

Ideale per micro e piccole imprese: agriturismi, B&B, guide turistiche, ristoranti..

- Presenza professionale con profilo business, descrizione, orari e link
- Catalogo prodotti/esperienze integrato → utile per offerte stagionali, pacchetti o menu
- Etichette clienti: ad esempio "prenotazione in corso", "ospite abituale", "richiesta info
- Pulsanti “Chatta con noi” su Instagram, Facebook, sito o Google Business Profile



WhatsApp è lo strumento più familiare per i clienti → lo usano ogni giorno, anche in viaggio!

Messaggi automatici e fidelizzazione smart con WhatsApp

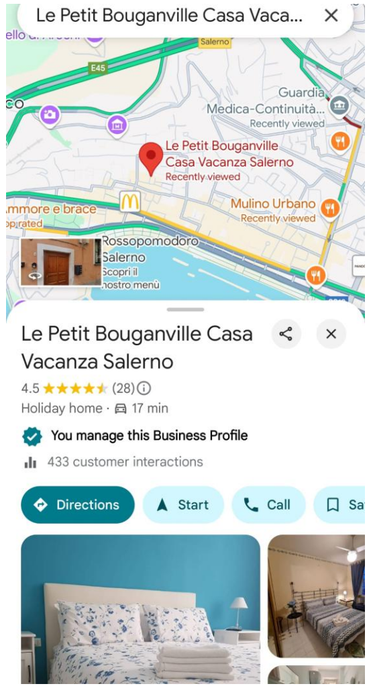
PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

✨ **Messaggi automatici di benvenuto**:
“Ciao! Grazie per averci scritto 🍷 Ti risponderemo il prima possibile. Intanto puoi guardare il nostro catalogo qui 👉 [link]”

💡 **Reminder di prenotazione**:
Ciao [Nome]! Ti ricordiamo che la tua prenotazione è per [data] alle ore [ora].Non vediamo l’ora di accoglierti! 😊 📍 Siamo qui: [link Google Maps] – Info Utili (dove parcheggiare)

🗓️ **Follow-up post soggiorno**:
Grazie per essere stati con noi, [Nome]!
È stato un vero piacere averti come ospite 🙏Se vuoi lasciarci una recensione, clicca qui 👉 [link a Tripadvisor o Google]





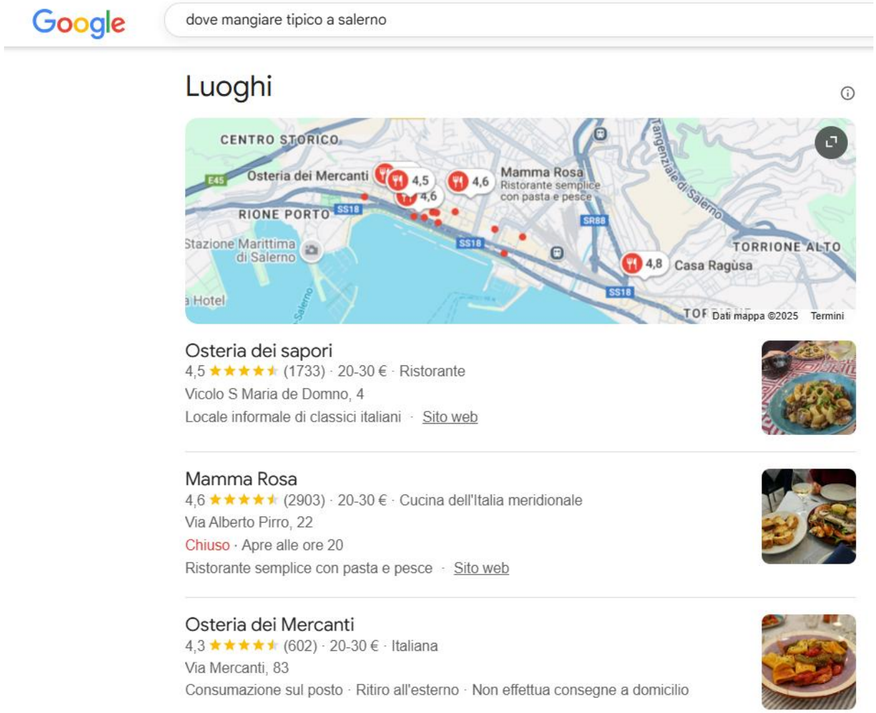
PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

4 Strategia Local SEO e Google Business Profile

Local SEO: Farsi trovare dove conta

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

- La Local SEO migliora la visibilità online di un’attività quando le persone cercano prodotti o servizi in una zona geografica specifica.
- Google mostra prima le attività più rilevanti, vicine e ben ottimizzate.
- Essere ben posizionati nei risultati locali aumenta prenotazioni, visite e vendite.



Esempi: “Dove mangiare piatti tipici a Salerno” o “B&B vista mare a Vietri”, “degustazione vini a Paestum”

→ Queste ricerche attivano i risultati local pack di Google (mappa + schede locali).
→ Una buona ottimizzazione ti permette di essere visibile proprio quando il turista cerca ciò che offri.

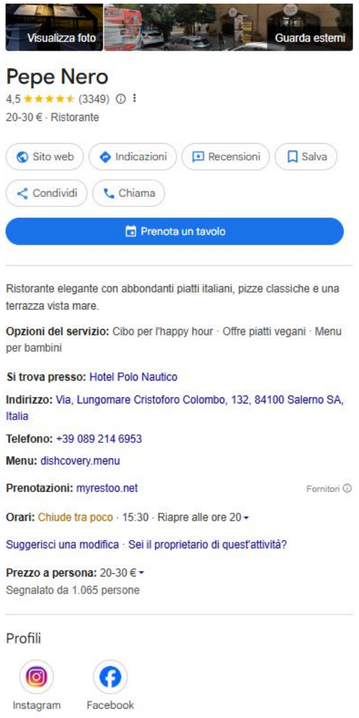
Scheda Google Business Profile: cosa ottimizzare

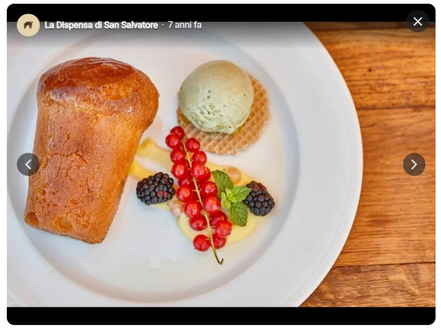
PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

Elementi chiave da curare:

- NAP corretta e aggiornata (identifica in maniera univoca la tua attività, utilizzando il nome, l'indirizzo e il numero di telefono)
- Foto autentiche e di alta qualità
- Orari sempre aggiornati
- Descrizione SEO-oriented (con parole chiave locali)
- Domande frequenti (FAQ) chiare e utili
- Rispondere alle recensioni e aggiornare contenuti migliora engagement e fiducia.

Un profilo completo ha il doppio delle probabilità di essere considerato affidabile







PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

5 Reputazione online e gestione delle recensioni

Recensioni online: la nuova parola d’ordine è fiducia

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

📊 Oltre l’85% dei turisti legge le recensioni prima di prenotare.

(Fonte Gruppo Accor, 2023)



🔍 Le recensioni influenzano:

- Il posizionamento nei motori di ricerca (SEO locale)
- La prima impressione del turista su qualità e affidabilità

Anche poche recensioni negative possono ridurre drasticamente le conversioni.
Una buona reputazione digitale non si costruisce da sola: va gestita e coltivata.

Dai feedback al dialogo: gestire le recensioni con intelligenza

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

Prestare attenzione allo stile e tono della risposta

Sempre empatico, cordiale e professionale
Mai difensivo o polemico, anche in caso di critiche

Rispondi a tutte le recensioni, anche quelle positive:

- Ringraziare = rafforzare il legame
- Mostra attenzione verso ogni cliente
- Comunica la personalità e i valori del brand

Chi legge le risposte nota come tratti i clienti più che il singolo episodio

"Grazie mille per il suo feedback positivo! Apprezziamo le sue parole e siamo lieti che la sua esperienza con noi sia stata ottima. Ci impegniamo costantemente a fornire il miglior servizio clienti e siamo lieti di sapere che ci siamo riusciti. Grazie ancora!"

"Grazie per la sua recensione! Siamo lieti di sapere che la sua esperienza è stata così positiva. Siamo particolarmente lieti che abbiate apprezzato la cordialità del personale e la qualità della nostra colazione. Ci impegniamo sempre a fornire un servizio clienti eccellente e ingredienti regionali di alta qualità e siamo lieti di essere riusciti a superare le vostre aspettative. Ci auguriamo di rivedervi presto!"

"Ciao Francesca. Grazie mille per le tue gentili parole! Apprezziamo molto la tua recensione positiva ed è stato un piacere averti nostra ospite. Ci auguriamo di poterti accogliere di nuovo presto."

"Grazie per averci segnalato questo problema. Ci dispiace che la sua esperienza con noi non sia stata positiva. Prendiamo molto sul serio i feedback dei clienti e lavoreremo duramente per assicurarci che ciò non accada più in futuro. Le chiediamo di accettare le nostre più sincere scuse per gli eventuali disagi causati."

I MIEI CONTATTI

PIDMed
Punto Impresa Digitale
Mediterraneo

FARE DIGITALE

normandomara@gmail.com

https://www.facebook.com/normandomara/

@maranormando

https://www.linkedin.com/in/maranormando/



CAMERA DI COMMERCIO
SALERNO

UNIONCAMERE