

## Experience Lab

### Introduzione

Il corso fornisce un'introduzione alla gestione strategica delle destinazioni come esperienze, fornendo una formazione adatta al destination manager e agli operatori delle destinazioni, molto pratica e concreta con un focus specifico sulla valorizzazione on-line del potenziale dei territori e delle esperienze.

### Obiettivo del corso

I partecipanti si confronteranno con l'analisi dei territori, la pianificazione, l'organizzazione e la commercializzazione di esperienze attraverso un approccio innovativo che permetterà di comprendere al meglio tutto il lavoro "dietro le quinte" nella creazione, gestione e promozione di una destinazione turistica e delle sue attività. Al termine del corso, avranno acquisito le basi per definire l'esperienza cardine di una destinazione e costruire attorno ad essa un piano di offerta, marketing e management della stessa.

### Turismo Esperienziale

Il turista odierno è sempre più informato e in cerca di esperienze autentiche e non convenzionali. Ricerca, valuta e confronta destinazioni ed attività on-line per poi scegliere mete che non siano classiche destinazioni turistiche bensì territori ricchi di tradizione e cultura, in cui immergersi quasi fino a sentirsi "del posto".

Il turismo esperienziale è l'esperienza che il turista compie vivendo momenti di vita quotidiana nella destinazione che visita, partecipando attivamente ed in prima persona alle attività che si svolgono, andando a scavare nelle tradizioni, negli usi e nei costumi della località.

### **Le destinazioni riuniscono fisicamente le persone in un momento di esperienza condivisa.**

Le esperienze possono rispondere agli obiettivi più svariati – svago, culturali, enogastronomici - e le destinazioni di successo sono quelle nelle quali i visitatori percepiscono (consapevolmente o inconsapevolmente) il bisogno di esserne parte attiva, viverle e goderne attraverso momenti razionali ed emozionali, umani, assaporando passione e tradizione per un effetto speciale, life-changing, che coincide con lo spirito con cui la destinazione stessa è nata.

Nello scenario economico internazionale, sempre più sofisticato e complesso, le esperienze distintive e uniche rappresentano indubbiamente lo strumento ideale per raggiungere e coinvolgere il target desiderato, anche nel lungo periodo.

Un approccio strategico al destination management e marketing combinato con travel experience design, management e marketing può rappresentare la chiave del cambiamento dell'approccio al tema innescando una innovazione nella definizione della destinazione come esperienza/prodotto e non più come semplice territorio.

## In questo corso si imparerà:

- a concepire strategicamente una destinazione come esperienza di viaggio con valore di lungo termine
- a progettare esperienze “market-driven” in linea con il target individuato e la domanda turistica on-line
- ad interiorizzare strumenti ed approcci di service design e travel experience design per la destinazione
- Ad affrontare le sfide del mercato con un approccio business-oriented, sempre attento alle innovazioni di processi e prodotti

## Il target

- Destination management companies, tour operator incoming
- Operatori del turismo impegnati nella valorizzazione delle destinazioni (strutture ricettive, b&b, organizzatori di tour ed attività)
- Pubblica amministrazione (destination manager, enti del turismo, pro loco, apt ecc.)
- Imprese del mondo agricolo/rurale che offrono/desiderano offrire esperienze turistiche
- Cooperative sociali, di comunità, ONG che desiderano offrire esperienze turistiche

## Il metodo

Partecipato ed esperienziale, permeato di interazioni e condivisione di valore e best-practice affinché i partecipanti abbiano modo di utilizzare al massimo la loro creatività e di imparare a svilupparla e sperimentarla grazie ad esempi concreti e di successo a livello internazionale

## Svolgimento delle lezioni e durata

Le lezioni si terranno presso la sede individuata dalla Camera di Commercio.

Durata: 6 ore

## PROGRAMMA

### I principi del Service Design per le esperienze di viaggio

- Il concetto di servizio come esperienza
- La customer experience
- Il service design per il settore turistico

### Analisi della destinazione

- Happy Destination Index (caratteristiche del turismo e del turista)
- Nuovi modi di analizzare le destinazioni (non solo off-line!)
- Destination mapping (cosa offre il territorio?)
- Destination benchmark e target (mercato, target attuali e futuri)

### Destination branding

- Il brand: comprendere la destinazione e come valorizzare il suo potenziale
- Il branding di rete (rotte culturali, destinazioni diffuse)
- MIRABILIA: tanti brand territoriali con un unico brand tematico

### Travel Experience Design

- Target e preferenze dei consumatori
- Chi offre esperienze? DMC, DMO, tour operator, ecc.
- Una esperienza “commerciale” o “very local”?
- Social impact experiences
- Definizione dei servizi che compongono l’esperienza
- Pricing: costi dei servizi e mark-up

### Experience Management

- La prenotazione come *esperienza*
- Il management della customer experience tra aspettativa ed esperienza
- Team e specializzazione delle risorse
- Revenue management e monitoraggio dei competitor

### Experience Sales

- La commercializzazione on-line di tour, attività, escursioni (comprensione ed analisi delle principali piattaforme di travel experience)
- I booking engine di esperienze
- La commercializzazione off-line (tour operator, fiere, B2B)

### Destination & Experience Marketing

- Experience Marketing on-line (web marketing, blog, social media ecc.)
- Experience Marketing off-line
- Analisi delle best-practice di destination marketing 2017
- Presentazione di video di destinazioni ed esperienze

## Soddisfazione - Feedback e recensioni

- Il ricordo nella customer experience
- Come gestire in modo efficiente feedback e recensioni
- L'importanza dei programmi di fidelizzazione



Camera di Commercio  
Matera



Camera di Commercio  
Caserta



Camera di Commercio  
Messina



Camera di Commercio  
Molise



Camera di Commercio  
Pavia



Camera di Commercio  
Perugia



Camera di Commercio  
Potenza

Camera di Commercio  
Catania Ragusa Siracusa  
della Sicilia orientale

Camera di Commercio  
Riviere di Liguria  
Imperia La Spezia Savona



Camera di Commercio  
Verona



Camera di Commercio  
Udine