

Il corso **Comunicazione & turismo 4.0**, organizzato e promosso dalle associazioni **Recovery-Energy** e **33trek**, patrocinato dal **Comune di Rignano Flaminio**, patrocinato dalla **Pro Loco Rignano Flaminio**, approvato da **AIGAE**, Associazione Italiana Guide Ambientali Escursionistiche (corso di aggiornamento nr. 0080-81LA17), si inserisce in un quadro di offerta formativa mirata allo sviluppo territoriale locale per la piccola e media impresa turistica.

Il corso si snoda in **2 incontri** nelle date **3marzo,10marzo 2017**, frequentabili anche singolarmente. I contenuti innovativi, l'intervento di manager aziendali e professionisti del mondo del marketing e della comunicazione calati nella realtà del turismo territoriale, la formula d'aula fortemente interattiva distinguono questo evento dagli altri.

Il corso intende rispondere alle seguenti **domande**:

- come rendere attrattiva la mia impresa territoriale;
- come comunicare all'esterno la mia impresa territoriale;
- come distinguersi dal resto dell'offerta;
- come essere presenti e reperibili su internet;
- come integrare i social media.

Destinatari del Corso: sono i piccoli imprenditori turistici, le imprese locali, gli enti pubblici interessati a promuovere il territorio (parchi, riserve, comuni), le guide e chiunque debba valorizzare il territorio su cui opera per professione.

Luogo: TEATRO Comunale Paladino, Rignano Flaminio (RM).

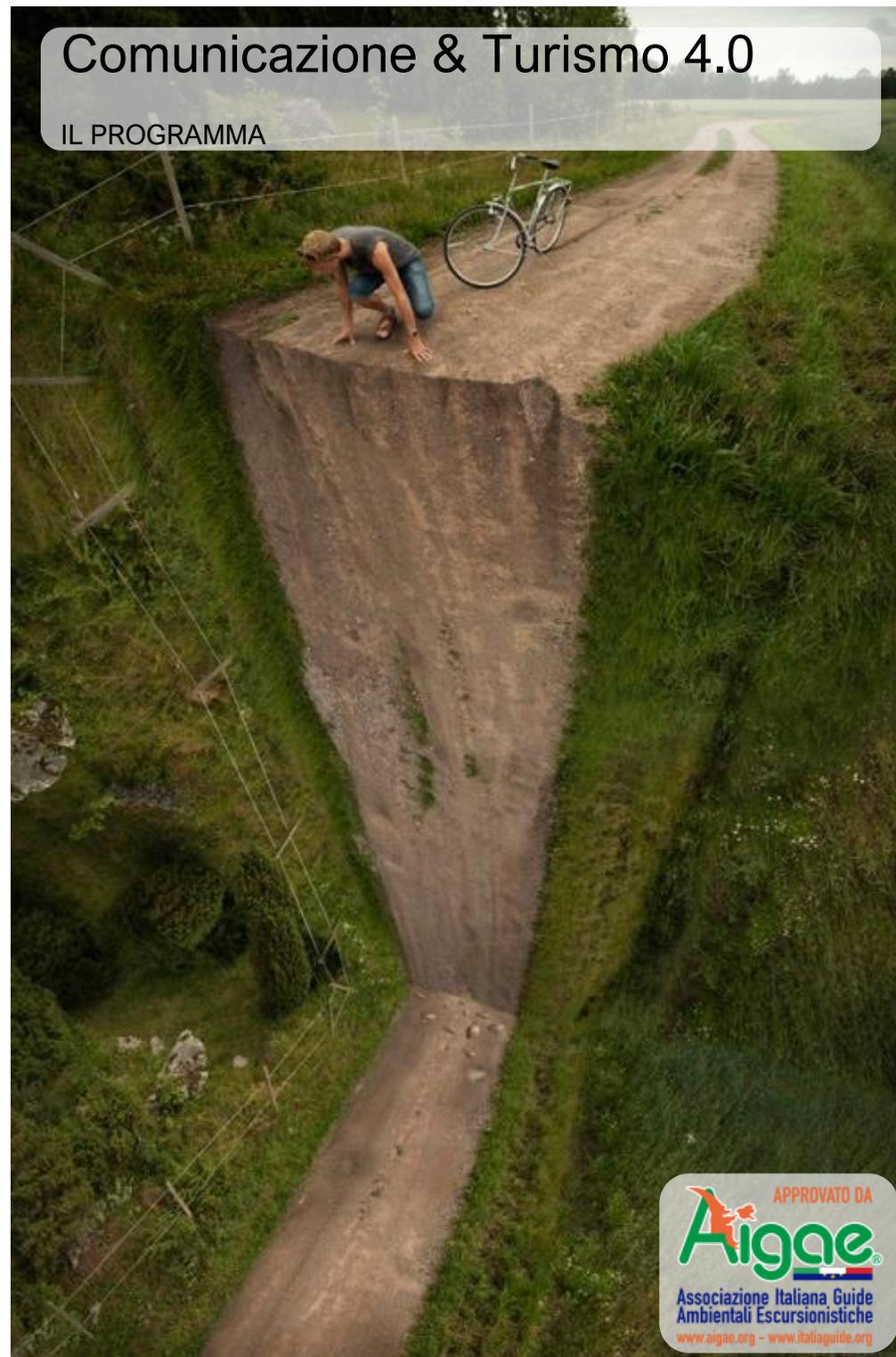
Inizio Lavori: h 9.30

Costo

2 eventi: 70 euro. Per le guide Aigae 39 euro.

1 evento: 40 euro. Per le guide Aigae 25 euro.

Il pranzo è fruibile con ottime convenzioni presso le strutture locali.
Per chi volesse, c'è la possibilità di soggiornare nelle vicinanze, anche in questo caso con un'ottima convenzione.



Venerdì 3 marzo

9.30/11.15 Nuove visioni digitali per nuovi mercati

- Il passaggio fra marketing tradizionale e marketing innovativo: come e perché consuma il “cliente digitale”? il ‘mio target group’.
- Elementi di marketing strategico e operativo: partner o concorrenti? Stakeholder map.
- Marketing non tradizionale nel turismo ecosostenibile: il potere del contenuto nello storytelling; viral, guerrilla e WOM marketing.
- Inbound Marketing ovvero: punto sul farmi trovare e non sul cercare.

11.30/13 I casi pratici: valorizzare e ‘sfruttare’ il bello esistente.

- case study #1 Il castello di Bracciano e la ‘promozione laterale’.
- case study #2 Il modello Civita Castellana e il valore della rete.
- case study #3 La mola di Castel Giuliano: riciclare le competenze.
- case study #4 Le cascate dell’Aniene: l’unione fa la forza.

Analisi di progetti e/o proposte in essere provenienti dalla platea.

14/16.00 Esercitazione di gruppo

- Ideazione di un progetto di sviluppo di una impresa territoriale.
- Presentazione del lavoro.
- Analisi collettiva dei progetti: i punti di forza e punti di debolezza. La ‘swot analysis’ messa in pratica.

N.B. i progetti verranno riutilizzati negli incontri successivi.

16.15/17.45 Gli analytics

- Il ‘Sito’ nel 2017: come è cambiato l’approccio ad internet e come realizzare un sito oggi.
- SEO: fare marketing e apparire sui motori di ricerca con un sito aziendale.
- L’ottimizzazione: come faccio a capire se il mio sito funziona?
- Affidare a terzi l’ottimizzazione: quanto devo spendere e come comprendere se lavorano bene oppure no.
- Gli analytics e i social media/networks. La “new communication”.

Venerdì 10 marzo

09.30/11.30 Piattaforme social e comunicazione

- Facebook: essere presenti coerentemente e comunicare in maniera direzionale. Facebook: esempi pratici.
- Social media: quale piattaforma scelgo?
- Instagram: una nota a parte. Instagram: esempi pratici.
- Esercitazione di gruppo sui progetti precedentemente sviluppati: integrazione di un piano di comunicazione sui social.

11.45/13.00 Piano di sviluppo integrato: gli ingredienti che occorrono

- Esempio pratico di un piano di sviluppo e comunicazione integrato.
- Fare marketing con video e foto. Blog Marketing. Fare marketing con sms, whatsapp, email.
- Le figure da coinvolgere in un progetto territoriale.
- Come verificare la bontà del lavoro fatto da chi gestisce la mia comunicazione sul web.

14.00/15.30 Muoversi coerentemente

- Fare rete: strategia vincente.
- Personal branding: la swot analysis di sé stessi.
- Assiomi della comunicazione efficace.
- La gestione del rapporto con il cliente.
- Comunicare per vendere.
- Perché presentarsi al cliente è il momento più importante.
- Condurre un briefing efficace, guidare, gestire.
- Gli errori della comunicazione: cosa non fare.

15.45/17.30 Esercitazione di gruppo

- Conclusione dei progetti precedentemente sviluppati: finalizzazione dei progetti di sviluppo di una impresa territoriale. Integrazione dei social e del piano di comunicazione.
- Presentazione del lavoro e analisi collettiva dei progetti.

