



ENTE BILATERALE  
TURISMO TOSCANO

# TURISMO 2.0 E PROMOZIONE SUL WEB :

## LE NUOVE FRONTIERE DEL MARKETING



*sogni, persone, emozioni*

[www.personae.it](http://www.personae.it) - [info@personae.it](mailto:info@personae.it)



ENTE BILATERALE  
TURISMO TOSCANO



# Internet Marketing Plan

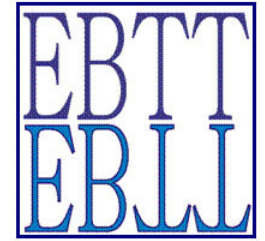
**Federico Picardi**  
*Esperto in Media Digitali*



*sogni, persone, emozioni*

[www.personae.it](http://www.personae.it) - [info@personae.it](mailto:info@personae.it)

**Federico Picardi – Esperto in Media Digitali – [www.federicopicardi.it](http://www.federicopicardi.it)**



ENTE BILATERALE  
TURISMO TOSCANO



# Dal CRM all' RM ovvero: dal Marketing Oriented al Marketing Relazionale



*sogni, persone, emozioni*

[www.personae.it](http://www.personae.it) - [info@personae.it](mailto:info@personae.it)



ENTE BILATERALE  
TURISMO TOSCANO

---

## IL MARKETING ORIENTED

- Prodotto
- Vendita e promozione
- Massimizzazione del volume di vendita

## IL MARKETING RELAZIONALE

- Consumatore
- Ricerche, prodotti e distribuzione conformi alle aspettative
- Profitto attraverso la soddisfazione del cliente



*sogni, persone, emozioni*

## IL MARKETING ORIENTED

- Il Marketing è la funzione tecnica dello scegliere a chi vendere, cosa vendere e come vendere, nonché programmare le azioni necessarie al perseguimento del profitto tramite la soddisfazione dei bisogni dei consumatori

## IL MARKETING RELAZIONALE

- Il consumatore diviene attore, in grado di farsi sentire e di incidere nelle scelte
- Si investe sul cliente con una strategia di lungo periodo che apporta vantaggi di costo, maggiore qualità nel servizio e trasforma l'azienda





## IL MARKETING ORIENTED

- Obiettivi di mercato (gerarchizzati, realistici, coerenti)
- Politiche di mercato
- Strategie di mercato
- Organizzazione e azioni di marketing
- Risultati di mercato
- Controllo di marketing

## IL MARKETING RELAZIONALE

- E' fatto di regole, strategie, capacità di comunicazione con i propri clienti. In tale ambiente è necessario riadattare costantemente la propria proposta in base al feedback diretto che si riceve da chi naviga in rete, consentendo di instaurare una relazione di apprendimento
- Comporta un impegno consistente e costante verso ogni cliente, anche nel farsi carico di tutti i problemi che il cliente affronta nel soddisfacimento del suo bisogno di loisir.





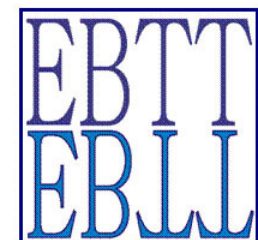
### IL MARKETING ORIENTED

- Il fattore più importante e delicato dipende dagli obiettivi dell'azienda (se persegue alti profitti dovrà fissare prezzi più elevati, massimizzare le vendite a prezzi più bassi, quote di mercato, una politica di prezzi progressivamente crescenti, non price competition con imprese leader e imprese seguaci..)
- Altre variabili (sconti da accordare agli intermediari, prodotto vecchio o nuovo...)

### IL MARKETING RELAZIONALE

- Le imprese che investono sul marketing relazionale hanno la possibilità di mantenere, rispetto ai concorrenti, un vantaggio nella determinazione del prezzo, perché il cliente riconosce loro una maggior qualità del servizio in virtù della fiducia conquistata nel tempo.





### IL MARKETING ORIENTED

- A. canale diretto (produttore-consumatore).
- B. canale corto (produttore-dettagliante-consumatore)
- C. canale lungo (produttore-grossista-dettagliante-consumatore)

### IL MARKETING RELAZIONALE

- Tendenza alla disintermediazione (soprattutto la clientela straniera)



## IL MARKETING ORIENTED

- La pubblicità
- Le attività promozionali
- Le pubbliche relazioni (interne ed esterne)

## IL MARKETING RELAZIONALE

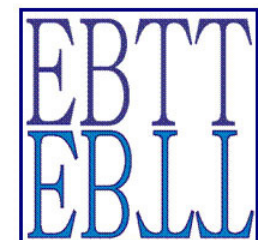
- Il potere del passaparola  
la diffusione virale di informazioni via Social Media, blog, facebook
- L'accoglienza come fidelizzazione e il follow up: la cura del cliente



# Internet Marketing Plan

---

10 punti su cui riflettere (1)



ENTE BILATERALE  
TURISMO TOSCANO

1. trovare quale tipo di cliente vogliamo raggiungere
2. cercare le offerte dei competitors
3. valutare la concorrenza, la sua forza e la sua politica di marketing
4. concentrarsi su quello che i competitors non possono offrire: il tuo prodotto “unico”
5. includere sempre qualche forma di promozione

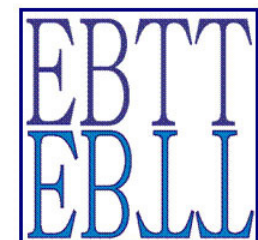


*sogni, persone, emozioni*

# Internet Marketing Plan

---

10 punti su cui riflettere (2)



ENTE BILATERALE  
TURISMO TOSCANO

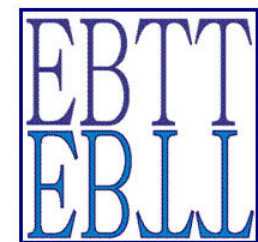
6. guardare sempre a potenziali nuovi mercati
7. realizzare uno schema temporale per verificare il traffico, la conversion rate e le vendite
8. valutare sempre il costo di ogni fase di marketing
9. organizzarsi per gestire il troppo vuoto o il troppo pieno
10. cercare e valutare i canali giusti di promozione



*sogni, persone, emozioni*

[www.personae.it](http://www.personae.it) - [info@personae.it](mailto:info@personae.it)

# Le quattro (6) leve di marketing su internet



ENTE BILATERALE  
TURISMO TOSCANO

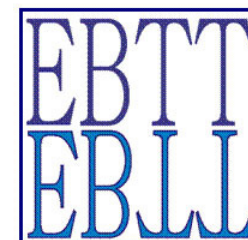
- **P**roduct (Prodotto)
- **P**rice (Prezzo)
- **P**lace (Distribuzione)
- **P**romotion (Comunicazione)



*sogni, persone, emozioni*

[www.personae.it](http://www.personae.it) - [info@personae.it](mailto:info@personae.it)

# Le quattro (6) leve di marketing su internet



ENTE BILATERALE  
TURISMO TOSCANO

- Il **Personal Selling** è l'insieme delle attività di supporto e informazione per il potenziale cliente.

Possono essere intese come delle attività a valore aggiunto per l'acquirente, svolte per esempio dall'intermediario, o dal venditore stesso.

Questa quinta P, propria del marketing *business to business*, sta prendendo piede anche nel marketing *business to consumer*.

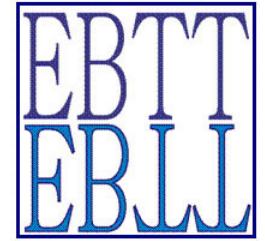
- Il **Positioning** è il posizionamento della marca, un fattore fondamentale nella percezione del consumatore.

Una volta che il consumatore si è fatto un'idea su di una marca è quasi impossibile fargli cambiare avviso.



*sogni, persone, emozioni*

[www.personae.it](http://www.personae.it) - [info@personae.it](mailto:info@personae.it)



ENTE BILATERALE  
TURISMO TOSCANO

# Domande ■ ?



*sogni, persone, emozioni*



# Contatti



ENTE BILATERALE  
TURISMO TOSCANO

# Federico Picardi

Resp. Area Sviluppo ed Innovazione  
[@fondazione.sistema.toscana.it](mailto:@fondazione.sistema.toscana.it)

[www.federicopicardi.it](http://www.federicopicardi.it)



FONDAZIONE  
SISTEMA TOSCANA

*sogni, persone, emozioni*

[www.personae.it](http://www.personae.it) - [info@personae.it](mailto:info@personae.it)

Federico Picardi – Esperto in Media Digitali – [www.federicopicardi.it](http://www.federicopicardi.it)