



Marketing nel settore turistico:

Questo corso avanzato è rivolto alle strutture ricettive e non, che desiderano gestire i propri servizi nel settore turistico e preservare la propria reputazione nel contesto in rapida crescita del Web 2.0.

Si focalizza sulle aziende già operative online, offrendo strategie per aumentare l'indipendenza dagli intermediari, comunicare efficacemente con i clienti e acquisire competenze di marketing per gestire autonomamente il proprio lavoro.

Il corso si concentra anche sull'importanza del branding come strumento di marketing per creare un posizionamento distintivo, orientare le vendite e fidelizzare i consumatori. Fornisce una guida dettagliata sulle fasi di costruzione di un brand e sull'esperienza correlata.

Inoltre, il corso offre una conoscenza approfondita sulla gestione dei media nel settore turistico, fornendo tecniche per orientare la comunicazione offline e online e interagire efficacemente con i giornalisti. Si pone l'obiettivo di fornire competenze per gestire le crisi nel settore dell'ospitalità in modo coordinato e autorevole, comunicando con media, dipendenti, azionisti e autorità locali.

Il corso comprende anche l'importanza della comunicazione non verbale, fornendo gli elementi chiave per controllare ed esprimere in modo efficace le espressioni, il tono della voce, i gesti e il linguaggio del corpo sia nella comunicazione esterna che interna.

Infine, il corso esplora l'arte del racconto (storytelling), la persuasione (copywriting) e il content marketing come basi solide per lo sviluppo sistematico di un brand che rappresenti l'eccellenza del territorio italiano, sia esso un marchio di prodotto o di servizio..

Obiettivi

- Fornire alle strutture ricettive e non, nel settore turistico, le conoscenze e le competenze necessarie per gestire in modo efficace i propri servizi, preservare la reputazione online e aumentare l'indipendenza dagli intermediari.
- Fornire una conoscenza approfondita sulla gestione dei media nel settore turistico, inclusa l'interazione con i giornalisti e le tecniche di comunicazione offline e online
- Sviluppare la capacità di comunicare in modo efficace attraverso la comunicazione non verbale, comprendendo l'importanza delle espressioni facciali, del tono della voce, dei gesti e del linguaggio del corpo sia nella comunicazione esterne che interna
- Fornire una solida base di conoscenza sullo storytelling, il copywriting e il content marketing come strumenti per promuovere e valorizzare un brand nel contesto del territorio italiano, sia esso un prodotto

Durata complessiva

Questo corso ha una durata di 22 ore.