



Ci stiamo preparando al vostro ritorno e stiamo seguendo un interessante corso di aggiornamento organizzato da Toscana Promozione Turistica e Regione Toscana, in collaborazione con le Associazioni di categoria del turismo. Il programma è suddiviso in 5 moduli;

Modulo 1; 18 marzo: Su cosa lavorare, insieme, per essere più competitivi e Le Destinazioni come motivazioni di viaggio

Collaborare per gestire e promuovere le destinazioni della Toscana. Attivare una collaborazione virtuosa verso il basso (nella costruzione e gestione dell'offerta territoriale) e verso l'alto (nell'ingaggio della domanda più conveniente per il nostro modello di sviluppo). Una destinazione, oggi, non è più esperienza ma motivo di viaggio. Lo vediamo con esempi nazionali e internazionali di offerte territoriali, tour e attività che hanno reso la destinazione il motivo di viaggio per il visitatore, puntando sulla creatività e intercettando le reali motivazioni ed esigenze del viaggiatore.

19 marzo: La sostenibilità per la destinazione del futuro e La certificazione della sostenibilità per le imprese

Una formazione per immaginare una proposta sostenibile per la propria destinazione. Temi della sostenibilità per comprendere i passi, piccoli e grandi, per operare in maniera sostenibile lungo tutto il customer journey del viaggiatore, a beneficio sia della comunità che del mercato. La reputazione del marchio di un'azienda è anche direttamente connessa al suo impegno nella sostenibilità, lo stesso valore di una azienda è dato ora anche dal suo posizionamento sui temi della sostenibilità.

Modulo 2; 23 marzo: Innovare la propria offerta, la proposta bike della Toscana e Come creare esperienze outdoor di valore

Tecniche e pratiche per proporre nuove esperienze agli ospiti. Il prodotto bike della Toscana e le nuove organizzazioni dei prodotti turistici omogenei. Innovazione e unicità sono le chiavi per creare esperienze di valore. Come individuare e sfruttare le unicità del territorio per rispondere ai nuovi trend del turismo, analizzando motivazioni di viaggio e nicchie di mercato e creando esperienze outdoor uniche e originali.

24 marzo; La ricetta per creare esperienze enogastronomiche indimenticabili

Come creare esperienze food&wine oltre il banale? Come ideare contenuti legati all'enogastronomia che raccontino la reale identità del territorio e generino curiosità nel nostro viaggiatore. Analizzando casi di successo e le motivazioni di viaggio, porremo le basi per la creazione di nuove esperienze enogastronomiche letteralmente squisite.



25 marzo; Design innovativo per le strutture ricettive: come fare la differenza e Verso un nuovo paradigma di micro-ricettività in simbiosi con la natura

Può l'ospitalità creativa e non convenzionale guidare i flussi turistici? Le ultime tendenze del mercato travel vedono arte e design sempre più come motivo di viaggio per i viaggiatori. In questo webinar parleremo di alloggi esperienziali e innovativi grazie alla testimonianza di esperti di sustainable design, che ci ispireranno, tramite casi studio internazionali, alla creazione di proposte di ricettività innovativa. Il viaggiatore di oggi è sempre più alla ricerca di alloggi non convenzionali e a contatto con la natura. Con la guida di Paolo Scoglio, architetto specializzato nella progettazione di architetture in simbiosi con la natura, faremo un percorso tra alcuni esempi di strutture ricettive esperienziali ed uniche che sono diventate motivo per visitare una destinazione.

26 marzo; Gastrofisica: come appagare il nostro cliente usando luci, musica, posate, servizio, colore del cibo e storytelling.

Se nella tua struttura non stai usando la Gastrofisica, stai commettendo un grave errore: cosa succede se impiattiamo un dolce in un piatto bianco o in uno nero? Quanto peso dai alle posate? Perché nei ristoranti eleganti ascoltiamo musica classica di sottofondo e i pub preferiscono il rock ad alto volume? Perché a bordo di un aereo beviamo Bloody Mary e a terra no? Il cibo e il vino, posseggono una loro musica? Che differenza di gusto c'è tra una tavoletta di cioccolato con i bordi squadrati e una con i bordi tondi?

Modulo 3. Going online Canali e strategie per comunicare

30 marzo; Raccontare la propria offerta online, strategie per il social media marketing

Partendo da un'efficace esperienza nella comunicazione di destinazioni ed esperienze, questo webinar si focalizzerà su metodi e strumenti per rendere interessante l'offerta territoriale agli occhi del turista, per poi illustrare alcune strategie per raccontare la propria offerta sui principali social media.

31 marzo; Tuscany off line: i nuovi prodotti editoriali della Toscana ed i media internazionali e Tuscany on line: come entrare nel grande mondo di VisitTuscany

Una carrellata sui nuovi strumenti di visibilità della Toscana sulla stampa internazionale, a partire dalle nuove edizioni della grandi guide.



La piattaforma collaborativa per promuovere insieme la destinazione Toscana. Attraverso MAKE hai la possibilità di contribuire ed agire in maniera coerente e condivisa per la promozione del nostro territorio.

01 aprile; Online Advertising per le imprese del turismo, partendo dai dati

In un mercato in cui i viaggiatori hanno accesso ad un'offerta ampissima, analizziamo l'opportunità dell'Online Advertising per la promozione delle PMI. Questo Lab ha l'obiettivo di rendere gli operatori consapevoli dell'importanza dei dati per la creazione di contenuti per la promozione delle proprie offerte, sfruttando a pieno il potenziale degli strumenti disponibili oggi.

02 aprile; L'ecosistema digitale della Toscana e #myTuscany: al via un grande racconto collettivo

Informazione e accoglienza, portale del turismo e DMS: progetti e strumenti per la Toscana digitale. Toscana Promozione Turistica e Fondazione Sistema Toscana lanciano una complessa azione di ingaggio online rivolta a coloro che sono stati in viaggio o hanno in programma un viaggio qui.

Modulo 4. Commercializzare la propria offerta Piattaforme, canali e nuove soluzioni

06 aprile; Approfondimento OTA con Expedia

Un approfondimento in compagnia di Expedia, OTA leader del settore viaggi, per comprendere al meglio come intercettare la domanda che pianifica e prenota attraverso questa piattaforma.

07 aprile; Commercializzare online la propria esperienza: il software Regiondo

Creata la nostra esperienza, è importante capire come commercializzarla in modo tale da gestire prenotazioni, flussi ed introiti in maniera integrata, sia direttamente sia attraverso i principali canali OTA con un unico strumento. In particolare, vedremo il caso del software Regiondo e le sue soluzioni per gestire con un unico strumento sia i diversi canali su cui distribuiamo la nostra offerta sia le operazioni necessarie all'erogazione del servizio e alla comunicazione con i nostri clienti.



ASSOCIAZIONE TURISTICA
PRO LOCO
SOVICILLE APS



08 aprile; Azioni commerciali "alternative"

Entriamo nel concreto, attraverso il punto di vista di un operatore, di pratiche ed esperienze commerciali diversificate ed innovative, che possono aiutare a migliorare le performance di vendita.

Modulo 5. Destinazioni (seconda parte) Gli Ambiti Territoriali della Toscana per la ripartenza del turismo.

15 aprile; Principi e criteri per istituire organizzazioni turistiche efficaci negli ambiti territoriali.

Principi e criteri per comprendere la realtà del turismo nel proprio territorio, rivedere ruoli e funzioni delle organizzazioni turistiche, valutare le forme organizzative e di finanziamento più adatte.

16 aprile; Programmare le azioni territoriali

Un Laboratorio dedicato alla programmazione operativa degli Ambiti territoriali, per l'accompagnamento secondo le Linee guida di #TuscanyTogether. Sarà l'occasione per condividere approfondimenti e modelli di lavoro e programmare le azioni volte a sostenere la ripartenza del turismo della nostra regione. Con lo Staff dell'Area Territori ed il Marketing Team Toscana Promozione.

Maggiori dettagli su: <https://tuscanytogether.edubit.it/info>