

MEETING POINT 4.0

Turismo 4.0: soluzioni e tools per la ripresa

14 luglio 10.00 -13.00 e 15.00 -18.00 | 15 luglio 10.00 – 13.00

Il PID (Punto Impresa Digitale) della Camera di Commercio di Lucca, con il supporto scientifico di Promo PA Fondazione, propone un ciclo di laboratori settoriali dedicati al sistema imprenditoriale locale, fornendo strumenti utili a rispondere alle nuove sfide della digitalizzazione, della società e dei mercati, ancora più determinati oggi, nell'emergenza sociale in corso, che rende l'uso delle tecnologie determinante nella gestione dei processi e dei servizi.

Il primo laboratorio introduce al turismo 4.0 valutando la tendenza precedente (fino a tutto il 2019) e l'impatto dell'emergenza COVID-19, utilizzando lo schema del customer journey per definire le fasi ed i punti topici delle scelte e dei momenti di consumo turistico.

Si parte dalla costruzione di destinazioni turistiche definendone i caratteri, dalla marca alla fidelizzazione, e passando attraverso tutti gli stadi del cosiddetto *funnel* (imbuto che porta dalla conoscenza all'acquisto, passando per la necessaria conversione). Sul versante privato, si affronta la creazione di nuovi prodotti motivazionali (passioni, esperienze, tribù di consumo, ecc.), valutandone la potenzialità insieme ai canali comunicativi e di "reach" dei target.

L'incontro vuole essere di supporto agli operatori del settore che dovranno ripensare le loro attività ed i loro linguaggi per accelerare la ripresa al termine dell'attuale situazione di emergenza.

Martedì 14 luglio

10.00 Apre

Marta Piacente, *Responsabile del Servizio Promozione e Sviluppo per le imprese*

10.10 – 13.00 Modulo 1

Stefano Landi, *Esperto del settore*

Il primo modulo affronta il tema dell'analisi e sviluppo della "marca".

Saranno analizzati i temi di: identità, notorietà, reputazione, esperienza, passaparola, riacquisto, posizionamento comparativo, competitivo, coopetitivo.

15.00 – 18.00 Modulo 2

Il secondo modulo si focalizza sul **prodotto turistico**. Saranno analizzati i fattori di spinta e di attrazione, i concetti di share of mind e *share of reference*, short list e acquisto; experience goods e prodotti turistici esperienziali; passaparola/reviews e riacquisto/fidelity, ecc.

Mercoledì 15 luglio

09.30 – 12.30 Modulo 3

Il secondo giorno, il laboratorio è incentrato sulla creazione di nuovi prodotti turistici:

- idea di prodotto/mercato e sistema di valori condiviso;
- branding/ naming e racconto;
- posizionamento competitivo,
- determinazione del valore e benchmark di prezzo:
- marketing mix;
- fattibilità: giuridica, tecnica, commerciale, economica, ecc.

12.30 Question time e chiusura del laboratorio

Al fine di stimolare il confronto, ciascun modulo formativo prevede un momento plenario ed una sessione di lavoro di gruppo.

Il laboratorio è condotto da **Stefano Landi**, Esperto del settore, Presidente di SL&A Turismo e Territorio, con il supporto del team di progettazione di Promo PA Fondazione.