

Workshop

Marketing del made in italy come moltiplicatore di valore



10 aprile 2019



9:30 · 16:30



Palazzo Giureconsulti - Sala Donzelli
Via Mercanti 2, Milano

Il Workshop si propone di sensibilizzare i partecipanti all'importanza della conoscenza dei propri punti di forza per costruire un **brand personale di qualità** e per far leva sull'**italianità** come moltiplicatore di valore della propria attività. Intelligenza, creatività e abilità al servizio della promozione turistica della propria offerta. Inoltre, particolare enfasi viene data alla rilettura del fenomeno turistico attraverso i tre elementi chiave del sistema turistico: la produzione turistica, i destinatari della produzione -*turista e ospite*- e l'oggetto della produzione -*l'output creato dal sistema* -, partendo dall'analisi del destinatario finale della produzione turistica: *le persone - turisti o ospiti*.

Al termine del Workshop i partecipanti avranno elementi aggiuntivi per la costruzione di un'**esperienza di valore del proprio prodotto o servizio** in una logica di partecipazione e di bottom-up mirata a dar voce alla ricchezza condivisa di arricchire di valore i propri contenuti entrando così in una logica virtuosa di connessione di piena consapevolezza delle leve che connettono sviluppo economico, valorizzazione delle proprie unicità, attrazione e aumento dei clienti e gestione degli stessi.

Obiettivi

- Apprendere le specificità del marketing territoriale e del Made in Italy in linea con gli standard qualitativi richiesti dal mercato attraverso la consapevolezza delle proprie unicità e la costruzione del proprio brand di qualità per interagire con gli altri attori locali in forma sistemica anche in considerazione della propria identità e del brand Italia come moltiplicatore di valore.
- Definire i modelli di attrattività e le modalità per creare un nuovo prodotto turistico.
- Affinare la capacità di influire sui contenuti dell'offerta e sui processi del sistema di domanda e offerta attraverso logiche di local marketing e di storytelling.
- Confrontarsi su casi di successo che hanno pensato locale e agito globale.
- Approfondire la destinazione community.

Metodologia

Lo stile didattico dell'attività di formazione sarà esclusivamente applicativo e digitale. Tale approccio consentirà ai partecipanti di avere accesso a tutte le tecnologie digitali disponibili e integrabili con l'Ecosistema Digitale del Turismo.

A tutti i partecipanti verrà inviato un questionario di check-up prima dell'inizio del workshop. Sono previste esercitazioni pratiche in itinere relative ai casi specifici discussi in aula.

Destinatari

Il Workshop è rivolto a dirigenti, manager, collaboratori e le nuove figure professionali introdotte nel settore della gestione del marketing digitale di **imprese turistiche iscritte alla Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi e a Guide turistiche iscritte a GITEC** - Guide Italiane Turismo e Cultura. Non è consentita la partecipazione ad altri liberi professionisti.

Programma

1. Made in Italy e Qualità

- La Qualità • Scenari dell'italianità e dell' "italicità" nel mondo - l'Italian Way • Storia di un Brand unico al mondo e il senso dell'Identità • Il genio italiano e strumenti per mettere a sistema il valore dell'italianità • Casi italiani di successo.

2. Il Sistema Turistico

- I Sistemi Turistici Locali e il marketing del territorio • La destinazione turistica e il prodotto turistico territoriale • L'evoluzione del turista e il turismo motivazionale.

3. Il local marketing

- Il marketing mix e l'importanza della community locale • Strategie di local marketing e interesse del consumatore verso business locali • L'online che incontra l'offline • Case Study.

Docente: Letizia Sinisi

Esperta di turismo di ritorno e di Italian lifestyle. Consulente e formatrice in ambito organizzativo e territoriale specializzata in esperienze autentiche di viaggio e designer di memorabili viaggi-evento del ritorno per italiani all'estero con origini nelle maggiori regioni di emigrazione italiana. Dirigente aziendale con oltre 20 anni di esperienza come Direttore Operativo e Relationship Manager nelle multinazionali americane American Express e General Electric. Esperta di processi sistemici finalizzati al Servizio Clienti di alta qualità, Project Manager e Agente di Sviluppo Territoriale nel comitato direttivo di AGENS (Associazione degli Agenti di Sviluppo Locale), Destination Manager e membro dell'Associazione Italiana Formatori. Ideatrice di ItalyRooting Consulting, dello stile di viaggio Rooting e di un innovativo modello di sviluppo territoriale a partecipazione integrata tra pubblico e privato per gli amanti dell'Italia e dell'italianità.