

## Workshop

# Migliorare l'attrattività internazionale dell'impresa turistica e culturale



30 maggio 2019



9:30 · 16:30



Formaper - Aula Topazio, 1° piano  
Via S. Marta 18, Milano

Il Workshop si propone di dare ai partecipanti una visione generale dell'**opportunità che i social media offrono per la comunicazione e la promozione delle attività delle imprese del turismo a livello internazionale**.

In particolare, si approfondirà la conoscenza delle principali caratteristiche e funzionalità di Facebook e Instagram, sia relativamente alla gestione organica delle due piattaforme e del loro piano editoriale che relativamente alla pianificazione di campagne pubblicitarie verso i mercati esteri sui due social media.

### Obiettivi

1. Sensibilizzare le imprese turistiche sulla rilevanza dell'evoluzione della propria attività attraverso la costruzione di una solida identità e "brand".
2. Sviluppare le competenze di social media marketing delle imprese turistiche che aderiscono all'Ecosistema Digitale del Turismo (EDT).
3. Rafforzare la visibilità e il rapporto con i propri clienti attraverso i canali online.

### 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 (EDT). È prevista un'esercitazione pratica integrata con il sistema EDT.

### 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. I social media per aumentare l'attrattività internazionale

- Definire obiettivi, target e strategia per il brand e l'attività.
- La selezione e profilazione dell'audience.
- La Relazione Digitale e l'interazione con clienti e utenti.
- Il piano editorial.
- I contenuti specifici per il mondo del turismo.

- Integrare il piano editoriale social con la presenza sull'EDT.

#### 2. Facebook

- Caratteristiche e principali feature e funzionalità.
- Approfondimento e utilizzo dei formati disponibili video, live, fotogallery, stories.
- La pubblicità (focus su profilazione internazionale e formati).
- Misurare i risultati.

#### 3. Instagram

- Valorizzare le immagini e i contenuti video dell'attività.
- Creare relazione e engagement attraverso i contenuti generati dagli utenti (UGC).
- Caratteristiche, funzionalità e specificità (hashtag e tag).
- La rilevanza delle stories e come utilizzarle.
- Le funzioni video: live, IGTV.

#### 4. WhatsApp Business e Messenger

- La crescita delle piattaforme di messaggistica e le logiche di relazione one-to-one.
- Le opportunità delle piattaforme di messaggistica/chat.
- L'opzione business di WhatsApp.
- Brevi cenni sui sistemi automatici di dinterazione (chatbot).

#### 5. All'interno del percorso

- Condivisione di esperienze e case histories a partire dalle realtà in aula.
- Applicazione sulla creazione di una strategia social per un prodotto turistico integrato con il sistema EDT.

### Docente: Roberto Fuso Nerini

Esperienza trentennale nello sviluppo di strategie di comunicazione, nella gestione clienti e nel management di agenzie di comunicazione internazionali. Dal 2007 ha portato l'esperienza consolidata nella comunicazione nei settori della comunicazione web e dei media digitali.

Associate presso The Vortex, è oggi consulente e formatore sui temi della digital transformation e del web e digital marketing e ha sviluppato una particolare competenza e attenzione all'applicazione di queste tecniche e metodologie al settore del turismo.