

Usa il mouse, frecce o sfoglia se touch



numero di 23/05/2018

Leisure



SOMMARIO
DEL
MAGAZINE

L'efficacia del marketing digitale nel turismo

Un testo di taglio pratico, ricco di esempi e case histories, per indagare le proposte e le soluzioni più attuali, innovative e interessanti presenti nel settore travel

Partiamo forse dall'unico dato concreto che conta: **nel 2017 sono stati spesi 39,1 miliardi di euro dai visitatori internazionali in Italia**, rispetto ai 36,4 miliardi nel 2016. In aumento anche i consumi dei viaggiatori italiani all'estero: 24,5 miliardi di euro nel 2017, contro 22,5 miliardi nell'anno precedente.

Nel 2017, il saldo netto della bilancia dei pagamenti turistica in Italia rimane perciò positivo e pari a 14,6 miliardi di euro, in aumento rispetto a quello registrato nel 2016 (13,8 miliardi, +5,7%). Tale risultato è generato da una crescita significativa delle entrate internazionali per turismo (+7,7%), di poco superata dall'espansione delle uscite internazionali (+8,9%).

Questi dati sono stati presentati recentemente nel corso della **XVIII Conferenza L'Italia e il turismo internazionale. "Risultati e tendenze per incoming e outgoing nel 2017"**, organizzata da **CISET, Università Ca' Foscari di Venezia** in collaborazione con la **Banca d'Italia**. Dati che ci dicono come il turismo, volto a far conoscere le bellezze del nostro Paese, costituisca il petrolio o la Silicon Valley nazionale. Occorre saperla promuovere e far vivere, come si ama tanto dire ora, ai potenziali clienti.

Di questo parla il volumetto **"Turismo digitale. Un viaggio tra i click"**, edito da **FrancoAngeli**, e curato da **Alessandra Olietti e Patrizia Musso**.

Il settore travel si sta delineando quindi come un driver decisivo per lo sviluppo economico di molti Paesi, Italia compresa. Ecco quindi nascere l'esigenza di indagare più da vicino le novità di questo settore che viene spesso considerato erroneamente poco all'avanguardia nelle strategie di comunicazione e di marketing.

Questo volume lo fa con un taglio pratico, ricco di **esempi e case histories**, per indagare le proposte e le soluzioni più attuali, innovative e interessanti presenti nel settore travel: dalle nuove strategie visual di **comunicazione immersiva**, alla realtà virtuale; dal coinvolgimento di **blogger e influencer** per stimolare e ingaggiare, alle **Instagram stories** che rendono destinazioni e viaggiatori protagonisti indiscussi, fino all'uso funzionale dei Big Data.

Il testo offre una ricognizione operativa su quali opportunità **l'utilizzo corretto dei canali social** permette alle imprese di valorizzare la propria offerta turistica e, di contro, al consumatore, di orientarsi e concorrere a disegnare il viaggio e la vacanza secondo le proprie esigenze e richieste. Stando attenti al fatto che proprio le piattaforme danno democraticamente diritto di parola a tutti. Ciò che piace a me non è detto piaccia a chi mi sta leggendo. **Come distinguere e valorizzare le opinioni?**

Ne nasce un testo interessante (dal momento che siamo tutti viaggiatori o turisti per caso?), la cui utilità è comunque cross settoriale, ovvero può essere utilizzata anche in altri segmenti della comunicazione del business.



Si torna, quindi, al classico problema: il contenuto deve prevalere sempre e comunque sulla semplice piattaforma. Questa non è altro che una pista d'atterraggio o di partenza. Il bello, come nei viaggi, inizia sempre dalla partenza: sta nella compagnia che si sceglie e nei servizi di bordo che ti viene offerto.

Titolo: **Turismo digitale. In viaggio tra i click**

Autori e curatori: Alessandra Olietti, Patrizia Musso

Editore: FrancoAngeli

Pagine: 150

[@federicounnia](#) - Consulente in comunicazione

@Aures Strategie e politiche di comunicazione

Leisure

Mi piace Piace a 1100 persone. [Iscriviti per vedere](#) cosa piace ai tuoi amici.

 [Condividi su LinkedIn](#) numero di 23/05/2018

[Torna al SOMMARIO](#)



[Richiesta una conferma via mail.](#)

 [Cerca negli articoli del magazine](#)

 [Stampa l'articolo](#) 

 [SEGUICI](#) 

