

StudioTurismo

STRATEGIE & TECNOLOGIE PER IL MERCATO TURISTICO



Disintermediazione dalle OTA



Attualmente le OTA tendono ad assorbire una sempre più consistente **PERCENTUALE DEI GUADAGNI** della struttura ricettiva.



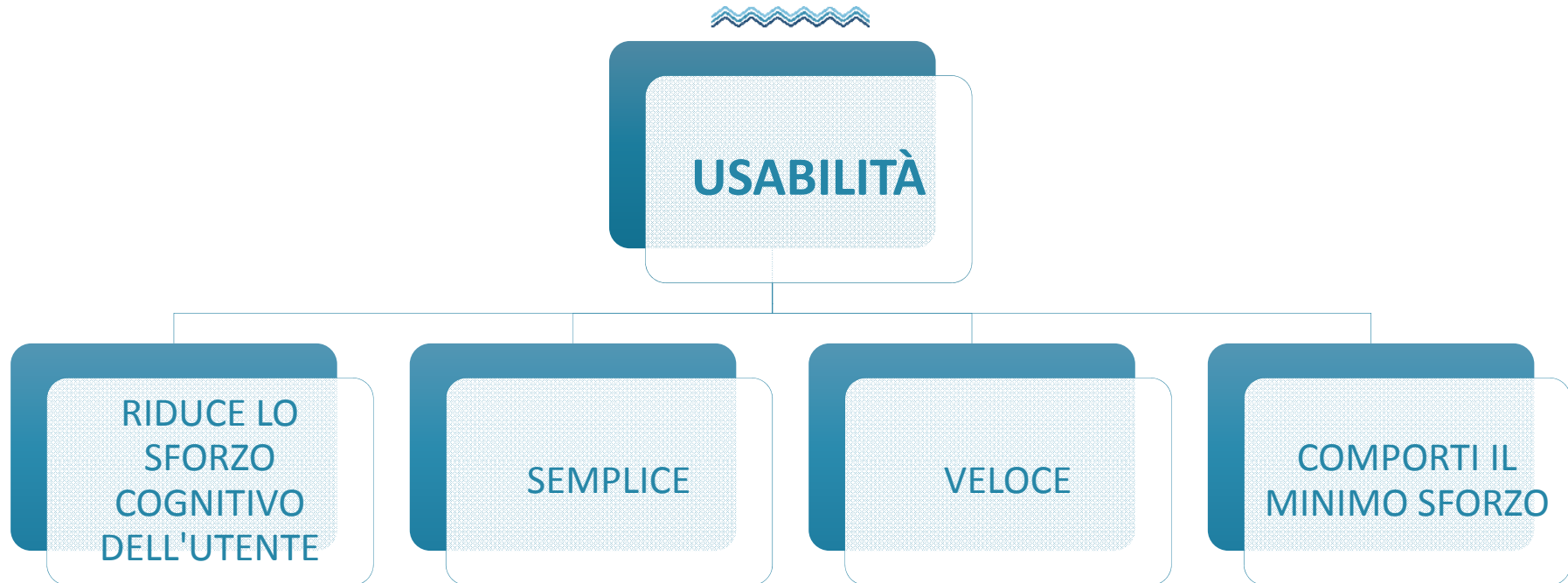
Caratteristiche di un buon Sito Internet



Le caratteristiche che andremo ad analizzare sono le seguenti:

- 1) Usabilità e Gradevolezza del sito internet
- 2) *Layout responsive* ed usabilità “*mobile*”
- 3) Velocità percepita
- 4) Funzionalità multilingua
- 5) Immagine e fotografia
- 6) Implementazione delle *Call to Actions*
- 7) Implementazione del *Booking Engine*
- 8) Strategia Editoriale e SEO

Usabilità e Gradevolezza del Sito Web



Un percorso di navigazione non chiaro oppure troppo complicato o tortuoso porta molto spesso all'abbandono della navigazione da parte dell'utente, non consentendone l'acquisizione o la conversione (e quindi perdita di prenotazioni e fatturato).

Usabilità, Gradevolezza e Struttura



ALCUNI ESEMPI DI ERRORI IN SITI WEB DI STRUTTURE CONVENZIONATE CON FEDERALBERGHI TOSCANA:

- **DATI DI CONTATTO** non immediatamente visibili e non in evidenza sul sito
- **GALLERY** con immagini di scarsa qualità e non in numero sufficiente
- **MENU DI NAVIGAZIONE** troppo “moderno” per l’utente che invece desidera un approccio più semplice e convenzionale
- **COLLEZIONI DI LINK IN USCITA** in home page verso Social Network non aggiornati oppure portali abbandonati. Evitare sempre di invitare gli utenti ad abbandonare il proprio sito.
- **VERSIONE MOBILE** non correttamente “pensata” per l’utilizzo da cellulare o persino assenti

Sito Internet **RESPONSIVE**



“Il numero delle ricerche fatte da mobile ha superato quello delle ricerche fatte da desktop”.

Possiamo quindi riassumere i vantaggi di un sito web mobile responsive in 3 semplici punti:

- 1. GOOGLE PREDILIGE I SITI WEB MOBILE-FRIENDLY: miglior esperienza per l'utente = miglior posizionamento.**
- 2. FORTE ABBANDONO SE SITO WEB NON MOBILE: Il 61% degli utenti abbandona quasi subito.**
- 3. L'UTENTE RAGGIUNGE IL SITO WEB IN QUALSIASI MOMENTO: un vantaggio concreto che consente di catturare i nostri visitatori ovunque essi siano.**

Velocità



La velocità di caricamento delle pagine web è importante fondamentalemente per due motivi:



UTENTE

- 40% degli utenti abbandona il sito web dopo 3/5 secondi se non carica



GOOGLE

- incide sul posizionamento organico del sito web

Velocità



Dispositivi mobili Desktop

81 / 100 Riepilogo suggerimenti

Soluzioni da implementare:

Sfrutta il caching del browser
Mostra come risolvere il problema

Possibili soluzioni:


Elimina JavaScript e CSS che bloccano la visualizzazione nei contenuti above-the-fold
Mostra come risolvere il problema

Minimizza HTML
Mostra come risolvere il problema

Minimizza CSS
Mostra come risolvere il problema

4 regole rispettate
Mostra dettagli

Scarica contenuti ottimizzati quali immagine, JavaScript e risorse CSS per questa pagina.

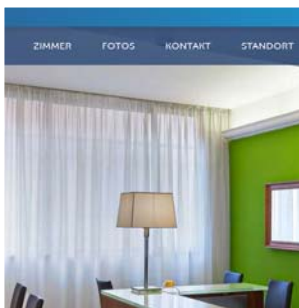


[Google PageSpeed](https://developers.google.com/speed/)
<https://developers.google.com/speed/>

Multilingua



La realizzazione di un sito multilingua in ambito turistico è sicuramente un'eccezionale opportunità per **AUMENTARE LA PROPRIA VISIBILITÀ** e il **BACINO DI CLIENTI**.



Non una semplice traduzione del testo

Tenere a mente gli elementi culturali ed abitudini del mercato estero



Immagine e Fotografie



Il WEB moderno e l'avvento dei Social Network hanno portato ad uno shift dal **CONTENUTO TESTUALE AL VISUALE**, diventando sempre più importanti nella comunicazione WEB.

- ✓ *I contenuti così detti “virali” sono infatti quasi esclusivamente “foto” e “video” la percentuale di condivisione sfiora il 70% in più rispetto ai testi.*
- ✓ *Le persone ricordano 80% di ciò che vedono, 20% di ciò che leggono e 10% di ciò che sentono!*

Fondamentale quindi puntare su contributi fotografici professionali e di qualità.

Immagine e Fotografie



Ogni angolo della struttura



Angolazioni e inquadrature diverse



Illuminazione adeguata ed omogenea



Story Telling

Call To Actions



Cosa significa Call To Action (CTA)?

“chiamata ad agire” → è un modo di comunicare che utilizza brevi frasi, per incentivare l’utente a compiere un’azione.

All’interno dei siti internet si trova sotto forma di “pulsante” da cliccare: “paga qui”, “clicca qui”, “scarica ora”, “registrati alla newsletter”, “accedi”, etc.

IL PROBLEMA È CHE STANNO DIVENTANDO TROPPO BANALI E NOIOSE!

Call To Actions



ALCUNI ESEMPI PER CATTURARE L'INTERESSE DEL CLIENTE E RAGGIUNGERE LA CONVERSIONE:

- ✓ Le CTA dovrebbero iniziare con un verbo all'imperativo e deve contenere avverbi temporali (subito, ora, per un mese, per sempre, etc.)
- ✓ CTA in risalto tramite una frase o un elemento grafico di forte impatto
- ✓ CTA chiare e brevi
- ✓ Il prezzo è la prima leva che utilizziamo per confrontare due prodotti
- ✓ Rendi il bisogno impellente e la promozione limitata nel tempo (l'inserimento di un timer accanto al banner può far capire che la promozione sta per scadere)

Booking Engine



Punto fondamentale della strategia di DISINTERMEDIAZIONE DELLE OTA è il **BOOKING ENGINE**, ovvero la piattaforma di prenotazione integrata sul sito web della struttura.

Affinchè il Boking Engine sia il più efficace possibile alla conversione dei visitatori in clienti è fondamentale che possieda queste caratteristiche:

- Che sia di facile ed immediato utilizzo
- Che si integri perfettamente con il sito internet della struttura
- Che offra i prezzi migliori
- Che fornisca un processo di prenotazione scorrevole e sicuro
- Che sia “mobile-friendly”

SEO Editoriale: News / Articoli / Offerte



Come far dire all'utente "Sì, questo è il mio hotel!"

L'utente cerca di immaginarsi il luogo in cui dovrà andare in vacanza, ha delle aspettative sul suo soggiorno, vorrebbe essere rassicurato. Vorrebbe quindi arrivare sul sito dell'albergo e trovare:

- **INFORMAZIONI:** Informare è importante, le persone hanno bisogno di giuste informazioni per colmare i propri dubbi e prendere una decisione.
- **EMOZIONI:** Ma le regole del marketing sono chiare: bisogna puntare sulle emozioni. Le persone devono capire in un attimo che il tuo sito web è il luogo adatto e devono essere le emozioni a far scattare la molla. In questi casi sono importanti le immagini e i video, perché l'occhio percepisce immediatamente il contenuto *visual*.

**PER QUESTO LA TUA STRUTTURA DEVE PUNTARE
ASSOLUTAMENTE SU ...**

SEO Editoriale: News / Articoli / Offerte



un buon copywriting.

VideoMarketing

DEM

sitemap

Brand Reputation online

Email marketing

FACEBOOK / TWITTER

Inbound links strategy

On page SEO

Social media management

PPC & Brand protection

Remarketing