

“SEMINARI FORMATIVI”

“Nuove frontiere del termalismo e del ben-essere: statistiche e consigli per una risposta corretta alle necessità dell’utenza”

In attuazione degli accordi intercorsi durante la conferenza del 26 maggio u.s. si comunica quanto segue:

n. 4 seminari formativi

20 settembre 2016: VENETO – Presso Sala meeting, Comune di Abano - Padova

21 settembre 2016: TOSCANA – Presso Toscana Promozione Turistica, Villa Fabbricotti - Firenze

27 settembre 2016: CALABRIA – Terme di Sibarite, Cassano all'Jonio – Cosenza

29 settembre 2016: SICILIA – Terme di Acqua Pia, Comune di Montevago - Agrigento

SVOLGIMENTO

Durata: dalle 10:00 alle 16:00 con pausa pranzo di 1 ora

N° partecipanti: il numero massimo di partecipanti sarà di 60

Partecipanti ai seminari: tutti gli operatori/seller del territorio interessati all’offerta termale.

Gli inviti saranno a cura delle regioni ospitanti su una lista concordata con le regioni aderenti al progetto di operatori del territorio. Ciascuna regione ospitante l’evento, contestualmente a TTG, riceverà la lista dei partecipanti dalle regioni aderenti al progetto entro il 9 settembre 2016 per la fornitura adeguata dei badge e il monitoraggio in loco della registrazione partecipanti

Modalità di svolgimento: TTG si occuperà dell’organizzazione tecnica dei seminari con i referenti delle regioni. La supervisione nella selezione delle location sarà a cura di TTG in collaborazione con le regioni aderenti al progetto. Staff di assistenza TTG in loco

Programma

Ore 10:00-13:00

Prima sessione (1 h) – Cosa chiedono i mercati esteri: punti di forza e debolezza del termalismo italiano secondo la clientela straniera

Relatore: Paola Tournour – TTG Italia

Esposizione con lettura ragionata dei dati di tendenza più significativi emersi dalla ricerca realizzata da TTG sui mercati esteri

Seconda sessione (2 h) – Costruire la desiderabilità del prodotto con la sociosemiotica del Marketing

Relatore: Laura Rolle - Docente di Semiotica della pubblicità e Linguaggi della Comunicazione Aziendale presso l’Università di Torino; Sociosemiotica del design presso l’Università del Design di Torino (IIAAD)

- Lettura sociosemiotica dei risultati dell’indagine
- Ripensare il benessere, nuovi concetti e tendenze
- Come costruire la desiderabilità del prodotto: modalità e strumenti per ri-progettare il termalismo
- Lusso e benessere: quale relazione?
- Tematizzare uscire dai profili sociodemografici, costruire strategie e prodotti sulle tendenze
- Packaging e identità per i prodotti termali

Ore 13:00-14:00 Light lunch

Ore 14:00-16:00

Terza Sessione (2 h) – Il termalismo sul web: gli strumenti più adatti per raggiungere e fidelizzare l'utenza

Relatore: Dario Carissimi - Specialista di web marketing e sociosemiotica applicata al web

- Cosa sta cambiando sul web e sui social network e perché è necessario tenerne conto nella propria comunicazione online, soprattutto nel settore wellness
- Come emergere dal rumore del web per comunicare direttamente con i clienti potenziali e far percepire in modo differente la propria offerta
- Istruzioni per "non perdere" i visitatori che arrivano sul sito web
- La strategia "funnel oriented": come integrarla alla comunicazione web per acquisire nuovi contatti diretti e nuovi clienti
- Le strategie web "differenti" per creare un contatto diretto, esclusivo e riservato con potenziali cliente del segmento "luxury"
- Le opportunità per il settore wellness-termale nella pubblicità su app e mobile
- Le tipologie di annunci e i risultati offerti dalla pubblicità sui social network: Facebook ads, Instagram ads, LinkedIn ads, Twitter ads, Pinterest ads
- Perché e come promuoversi attraverso applicazioni mobile di messaggistica
- Breve sguardo al futuro: introduzione alla realtà aumentata, alla realtà virtuale e alle loro potenziali applicazioni per il settore del termalismo e del benessere