

DIGITAL STRATEGY PER LE STRUTTURE ALBERGHIERE

Contesto:

Nel 2015, i viaggiatori internazionali nel mondo sono stati 1,184 miliardi con un incremento del 4,4% rispetto all'anno precedente. In parallelo all'aumento dei flussi di clientela, l'economia delle imprese turistiche manifesta segnali molto positivi, in particolare per il comparto alberghiero. Riuscire ad organizzare e a mettere in pratica strategie digitali per una struttura alberghiera permette di essere più efficienti, più competitivi nel mercato e di raggiungere un target di clienti più ampio e mirato. Aumentare la visibilità della propria struttura è certamente determinante e rappresenta l'opportunità di aumentare anche la brand reputation della propria struttura.

Obiettivi:

- Aumentare la popolarità del sito web dell'hotel
- Promuovere la reputazione online
- Creare un piano organico di Web Marketing per incrementare il numero e il valore delle prenotazioni dirette

Destinatari:

- Direttori d'albergo
- Vice-direttori d'albergo
- Direttori Marketing
- Promotori commerciali
- Assistenti alla direzione
- Addetti Prenotazioni
- Addetti al Booking

Durata:

24 ore

Programma:

- La strategia di Marketing Digitale
- Gli strumenti del Web Marketing per la promozione online
- Digital PR
- Affiliate Marketing, E-mail Marketing, Mobile Marketing
- Il Marketing del passaparola
- Marketing non convenzionale
- Brand reputation
- Social Media Marketing
- Social CRM