

DIGITAL DESTINATION EVOLUTION SYSTEM

Sistema Evolutivo Della Destinazione Digitale





Sonia Amelotti, Project Officer del Programma di Cooperazione Italia - Svizzera

Francesco Gaiardelli, Presidente del Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola

Giandomenico Albertella, Consigliere Delegato al Turismo della Provincia del Verbano Cusio Ossola

Angelo Trotta, Direttore di Ticino Turismo

Fiorenza Ratti, Coordinatrice Regionale INTERREG IV A Italia-Svizzera

Lorenzo Cantoni, Prorettore vicario dell'Università della Svizzera Italiana

Fabio Paracchini, Project Manager DESy



INDICE

- 01 **Il progetto**
- 02 **Obiettivi**
- 03 **Risultati**
- 04 **Conclusioni**

01

IL PROGETTO



KEY FACTS



DURATA PROGETTO

46 mesi

DATA INIZIO

10.4.2019

DATA FINE

9.2.2023



VALORE TOTALE DEL PROGETTO

€ 903mila

CHF 628mila

Italia



Svizzera



02

OBIETTIVI



OBIETTIVI



Trasformazione digitale

Strumenti di marketing

Indagine delle abitudini dei turisti

Condivisione e networking

Sviluppo competenze

03

RISULTATI



RISULTATI RAGGIUNTI



Piattaforma di marketing automation

Strumenti per un marketing più personalizzato ed efficace



Servizi

Nuovi servizi: itinerari da ascoltare, Experience Finder, Welcome Kit



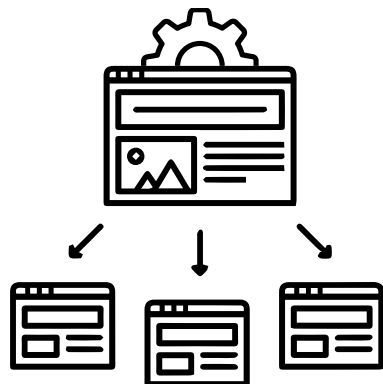
Dati sul mercato turistico

Più dati sul mercato turistico grazie a Hbenchmark, Transparent Intelligence e Dashboard Ad-hoc



Studi e disseminazione

Approfondita collaborazione con IDSIA e USI per studiare i (potenziali) turisti e come approcciarli



Dotazione di uno strumento di marketing di ultima generazione per la gestione dei contatti e per l'invio di messaggi, grazie a cui:

Raccogliere le informazioni in un unico punto e collegare i dati tra loro

Inviare messaggi automatici, personalizzate nella forma e nei contenuti

Gestire i contatti secondo le più stringenti norme di trattamento dei dati personali

Implementazione di un sistema di raccomandazione web ed e-mail per suggerimenti su misura

Risultato: una comunicazione più intelligente, basata sul turista, quindi più efficace ed efficiente



SERVIZI

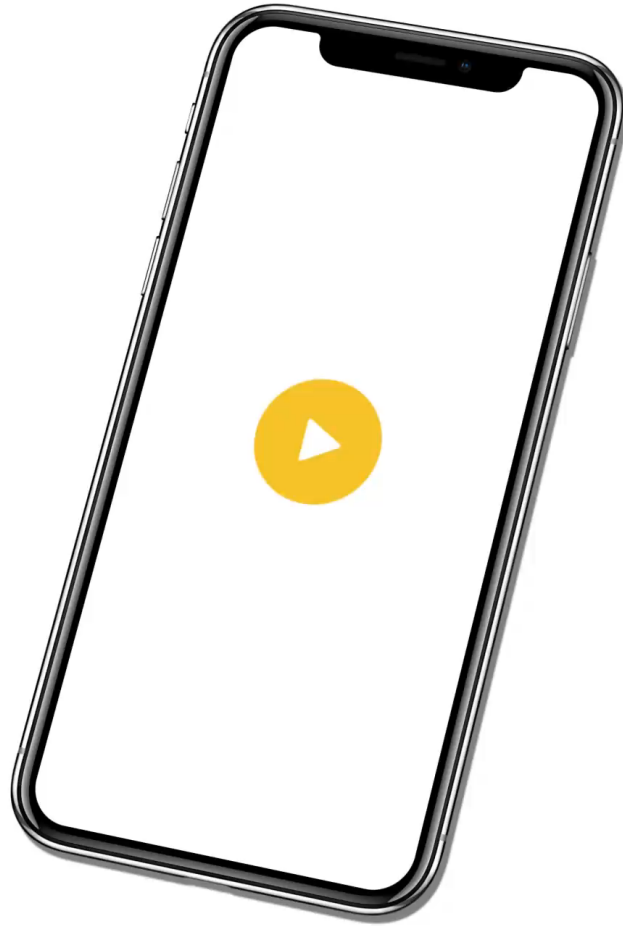
Nell'ultimo anno di progetto sono stati disegnati, sviluppati e implementati alcuni nuovi servizi, con l'obiettivo di offrire un'esperienza digitale innovativa al turista

ITINERARI
DA ASCOLTARE

EXPERIENCE
FINDER

WELCOME
KIT

SERVIZI
ITINERARI DA ASCOLTARE



24 audio-itinerari, 8 per destinazione, che parlano del territorio attraverso un percorso sensoriale fatto di profumi, sapori, musica e sensazioni tattili

Disponibili in italiano, tedesco, francese e inglese

Fruibili sui portali delle destinazioni, su Spotify e Apple Podcast

SERVIZI
Desy l'Experience Finder



Guida turistica digitale che pone delle domande al turista sulle sue preferenze e consiglia l'esperienza migliore tramite una selezione di contenuti

Disponibili in italiano, tedesco, francese e inglese sui portali delle tre destinazioni del progetto

SERVIZI Welcome Kit



Pacchetto di benvenuto prenotabile online, che consiste nella raccolta di consigli turistici basati sui propri interessi

Si può ricevere in digitale, oppure decidere di ritirarlo in formato cartaceo a un infopoint turistico. Si promuove così anche la consulenza personalizzata dal vivo



Ottenimento di dati anonimi aggregati grazie a:



Piattaforma di hotel benchmarking per informazioni in tempo reale su prenotazioni passate e future delle strutture alberghiere



Piattaforma per ottenere i dati di pernottamento e disponibilità delle strutture short-term rentals attraverso Airbnb, Homeaway, Tripadvisor e Booking.com

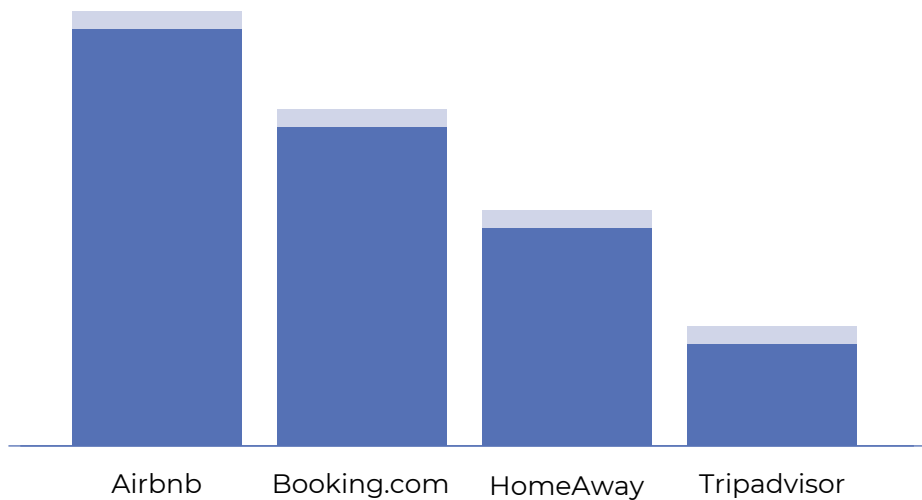


Queste informazioni confluiscono in una dashboard Microsoft PowerBi, per un accesso rapido e una visione completa sui dati dei pernottamenti alle destinazioni e ai loro partner

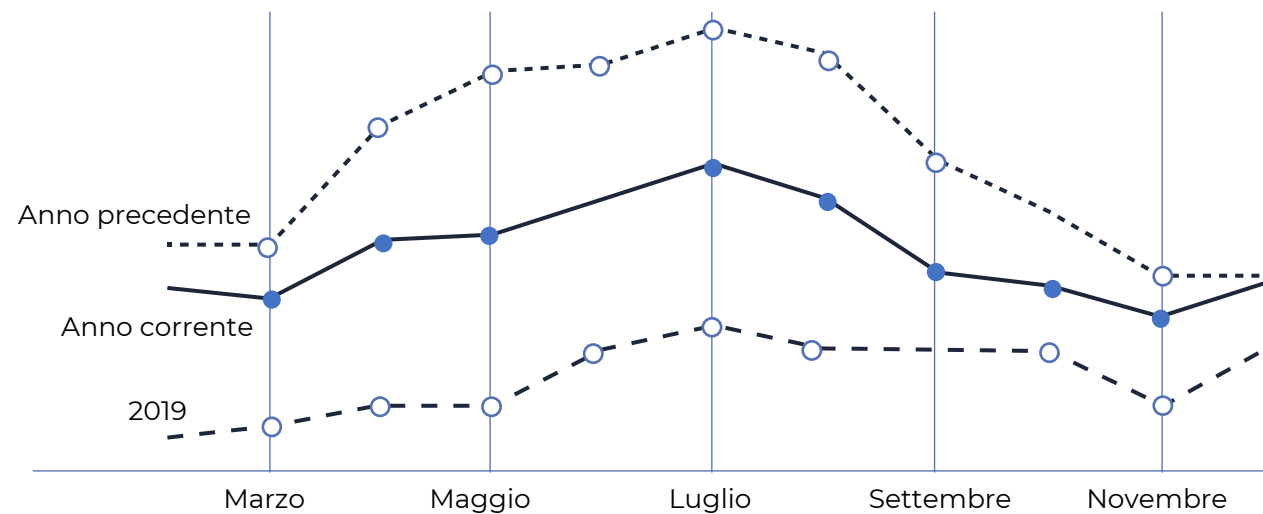


DATI SUL MERCATO TURISTICO

Numero di annunci



Fatturato medio giornaliero per oggetto





Temi di studio

Comprensione concetto «Smart Destination» e pratiche relative ai dati

Ostacoli nella raccolta e gestione dati

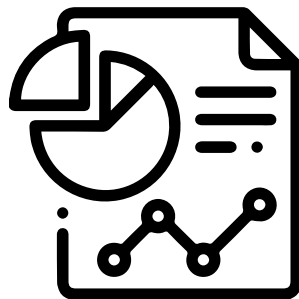
Come migliorare la comunicazione ai turisti con l'aiuto dei dati

Key insight

Le destinazioni turistiche hanno gradi diversi di maturità digitale e di comprensione del concetto «Smart Destination»

L'integrazione di nuove fonti dati va fatta considerando struttura, aggiornamento, obiettivi e governance

Nell'ambito della personalizzazione è meglio lavorare sui dati raccolti in-house



Temi di studio

Analisi dell'uso di carte turistiche

Clusterizzazione dei turisti

Analisi dei dati di accesso ai siti web

Metodi di previsione pernottamenti e visita alle attrazioni

Correlazione pernottamenti e previsioni meteo

Risultati principali

Evidenziazione delle necessità di dati coerenti e strutturati

Comprensione di dinamiche di comportamento dei turisti

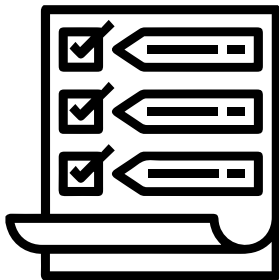
Individuazione lacune nella raccolta dei dati

04

CONCLUSIONI



CONCLUSIONI



Progetto che ha costruito le fondamenta del marketing futuro attraverso strumenti di ultima generazione e sviluppo di competenze interne

Contributi di rilievo all'analisi dei comportamenti dei turisti grazie alla collaborazione con partner scientifici, l'integrazione di nuove fonti dati e la realizzazione dei nuovi servizi

Le partnership instaurate giocano un ruolo chiave nello sviluppo digitale dell'intera regione

DOMANDE E RISPOSTE GRAZIE PER L'ATTENZIONE

