

LA PRESENZA DIGITALE PER LA GUIDA TURISTICA

Strumenti di web marketing per farsi trovare e scegliere



Daniel Rota
Chairman & CEO di
webidoo





ECOSISTEMA
DIGITALE
PER L'INNOVAZIONE



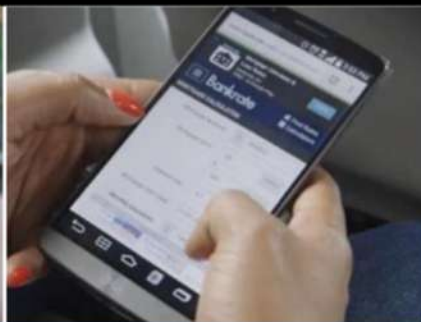
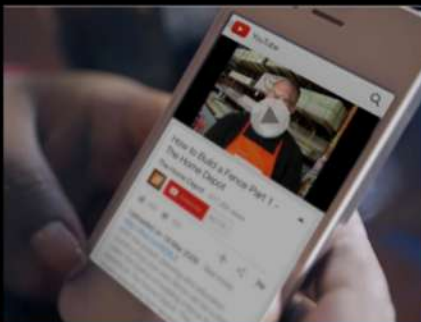
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

La Presenza Digitale per la Guida Turistica

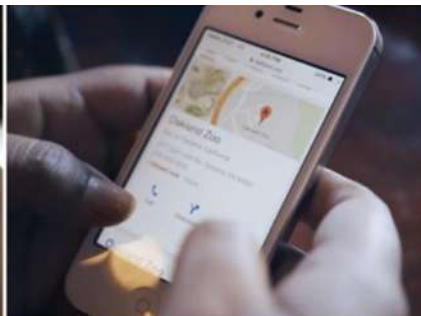
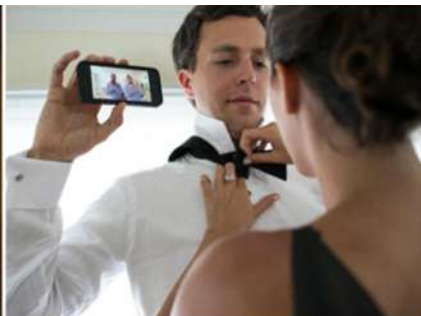
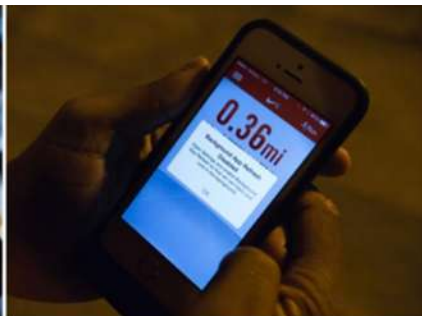
Strumenti di web marketing
per farsi trovare e scegliere

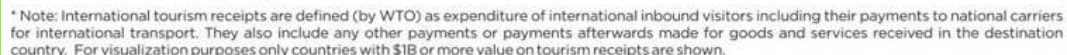
Indice

1. Quanto vale il mercato turistico in Italia e nel Mondo
2. Contesto Tecnologico con riflessioni sul Turismo
3. Recensioni = Community = Fiducia
4. Presenza Digitale: le cose che funzionano
5. Test Digitale per una strategia Digital Marketing
6. Kit Solidarietà Digitale



NOI NON ANDIAMO ONLINE, NOI VIVIAMO ONLINE





How to Read this Map: This map shows the biggest international tourism receipts in 2018. Each country is sized to reflect the amount of tourism receipts, countries appear bigger as their tourism receipts are higher, for example: USA. Conversely, countries with smaller tourism receipts appear smaller, for example: El Salvador

Article & Sources:

<https://howmuch.net/articles/worlds-top-tourist-destinations-money-spent>
World Tourism Organization - <https://unwto.org>

QUANTO VALE IL TURISMO IN ITALIA E NEL MONDO ?

Country	2018 Spending	2018 Arrivals	Country	2017 Spending	2017 Arrivals
1. U.S. 	\$214.5B	79.6M	1. U.S. 	\$210.7B	74.8M
2. Spain 	\$73.8B	82.8M	2. Spain 	\$68B	81.8M
2. France 	\$67.4B	89.4M	3. France 	\$60.7B	86.9M
4. Thailand 	\$63B	38.3M	4. Thailand 	\$57.5B	35.4M
5. UK 	\$51.9B	36.3M	5. UK 	\$51.2B	37.7M
6. Italy 	\$49.3B	62.1M	6. Italy 	\$44.2B	58.3M
7. Australia 	\$45B	9.2M	7. Australia 	\$41.7B	8.8M
8. Germany 	\$43B	38.9M	8. Germany 	\$39.8B	37.5M
9. Japan 	\$41.1B	31.2M	9. Macao (SAR) 	\$35.6B	17M
10. China 	\$40.4B	62.9M	10. Japan 	\$34.1B	28.6M

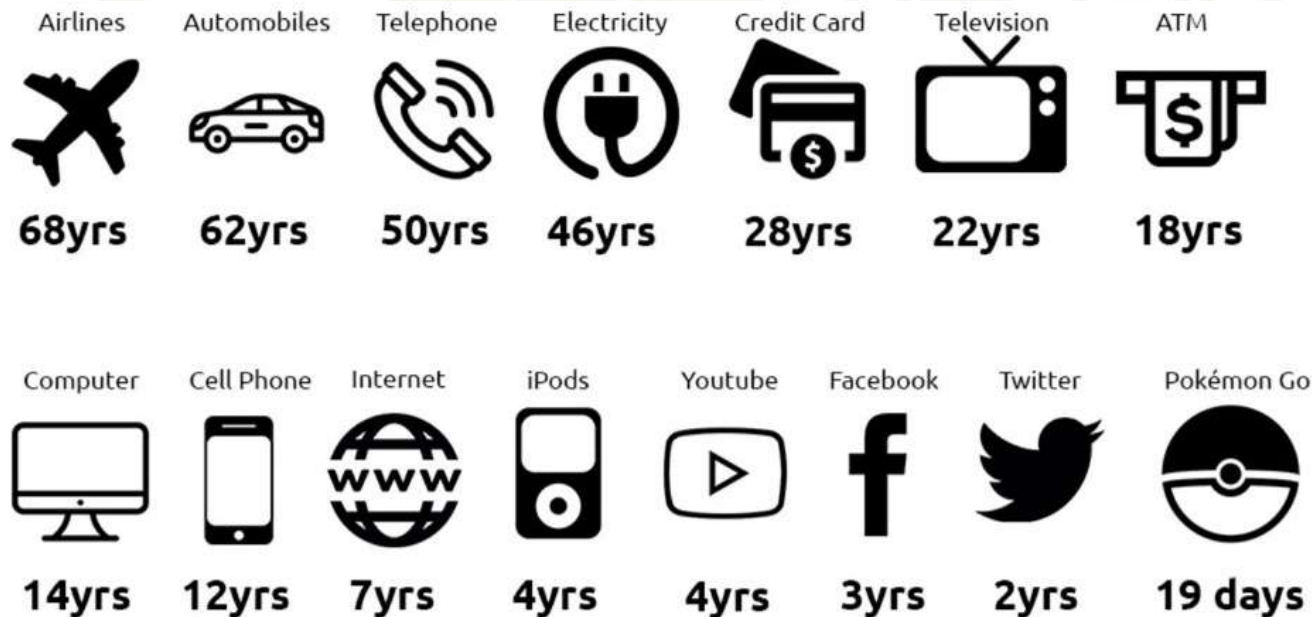
Source: World Tourism Organization (UNWTO).

Note that data is for international tourism only and does not include domestic tourism.

LA TECNOLOGIA

La tecnologia ha modificato in maniera irreversibile le nostre vite: ha modificato il modo con il quale reperiamo informazioni, ci confrontiamo con gli altri, consumiamo e **viaggiamo**.

**NUMERO DI ANNI
PER
RAGGIUNGERE 50
MILIONI DI UTENTI**



JAN
2020

DIGITAL AROUND THE WORLD IN 2020

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

TOTAL
POPULATION



7.75
BILLION

URBANISATION:
55%

UNIQUE MOBILE
PHONE USERS



we
are
social

5.19
BILLION

PENETRATION:
67%

INTERNET
USERS



4.54
BILLION

PENETRATION:
59%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



3.80
BILLION

PENETRATION:
49%

JAN
2020

OVERVIEW: DIGITAL IN EUROPE IN 2020

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND THE STATE OF MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

TOTAL
POPULATION



849.5
MILLION

URBANISATION:

74%

MOBILE PHONE
CONNECTIONS



1.09
BILLION

vs. POPULATION:

128%

INTERNET
USERS



711.3
MILLION

PENETRATION:

84%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



470.5
MILLION

PENETRATION:

55%



we
are
social



KEPIOS



JAN
2020

ITALY

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND THE STATE OF MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE



ITALY

TOTAL
POPULATION



60.51
MILLION

URBANISATION:
70%

MOBILE PHONE
CONNECTIONS



80.40
MILLION

vs. POPULATION:
133%

INTERNET
USERS



49.48
MILLION

PENETRATION:
82%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



35.00
MILLION

PENETRATION:
58%



we
are
social



KEPIOS

SOURCES: POPULATION: UNITED NATIONS; **MOBILE:** GSMA INTELLIGENCE; **INTERNET:** ITC; GLOBALWEBINDEX; GSMA INTELLIGENCE; EUROSTAT; LOCAL TELECOMS REGULATORY AUTHORITIES AND GOVERNMENT BODIES; **SOCIAL MEDIA:** PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS; APJIT; KEPIOS ANALYSIS; **SOCIAL MEDIA:** PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS; COMPANY ANNOUNCEMENTS AND EARNINGS REPORTS; CAFEBAZAAR. ALL LATEST AVAILABLE DATA IN JANUARY 2020. **COMPARABILITY ADVISORY:** SOURCE AND BASE CHANGES.

we
are
social



Hootsuite®

JAN
2020

MOBILE INTERNET USE

INTERNET USERS WHO ACCESS THE INTERNET VIA MOBILE PHONES

TOTAL NUMBER
OF MOBILE
INTERNET USERS



4.18
BILLION

MOBILE INTERNET USERS
AS A PERCENTAGE OF
TOTAL INTERNET USERS



92%

SHARE OF ALL INTERNET
USERS ACCESSING
VIA A SMARTPHONE*



91%

SHARE OF ALL INTERNET
USERS ACCESSING
VIA A FEATURE PHONE*



3.3%

AVERAGE DAILY TIME SPENT
USING THE INTERNET
ON MOBILE DEVICES

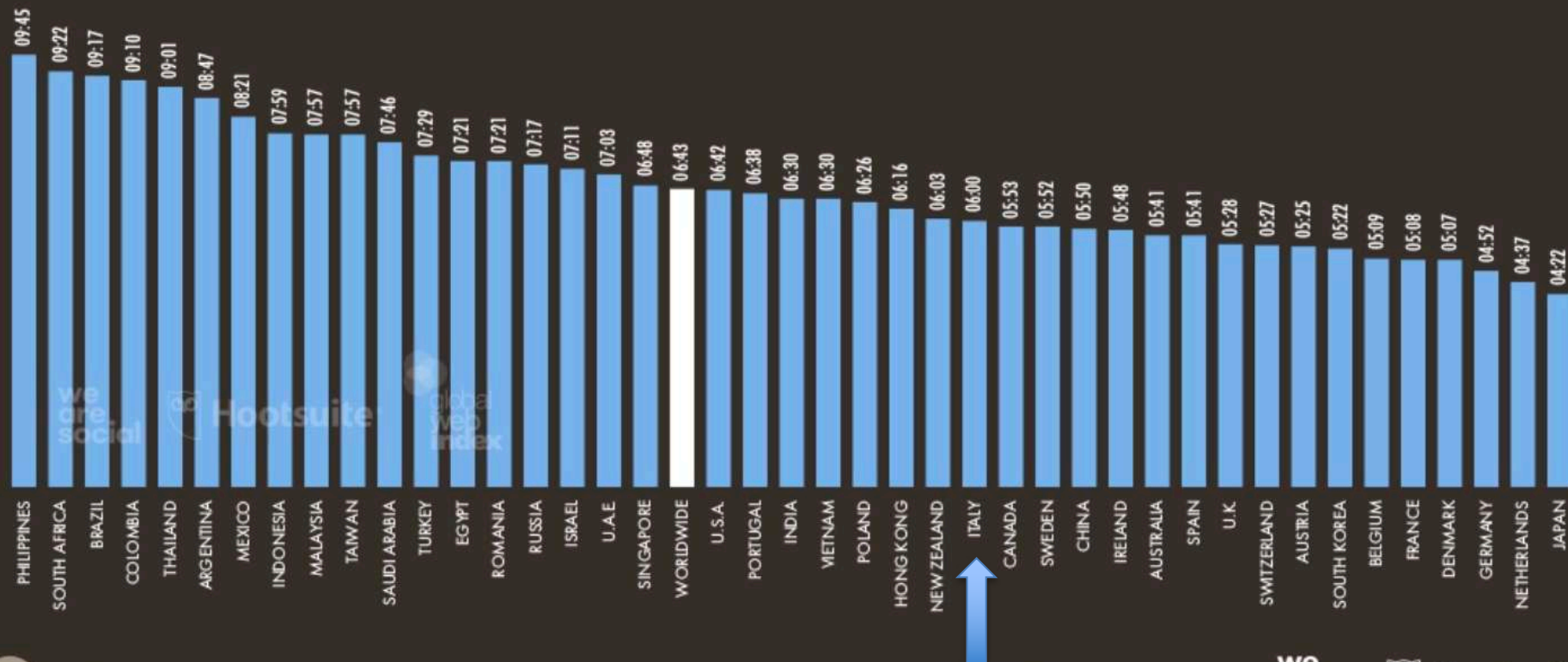


3H 22M

JAN
2020

TIME PER DAY SPENT USING THE INTERNET

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING THE INTERNET EACH DAY ON ANY DEVICE



JAN
2020

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

BASED ON MONTHLY ACTIVE USERS, ACTIVE USER ACCOUNTS, ADVERTISING AUDIENCES, OR UNIQUE MONTHLY VISITORS (IN MILLIONS)



DATA UPDATED TO:
25 JANUARY 2020

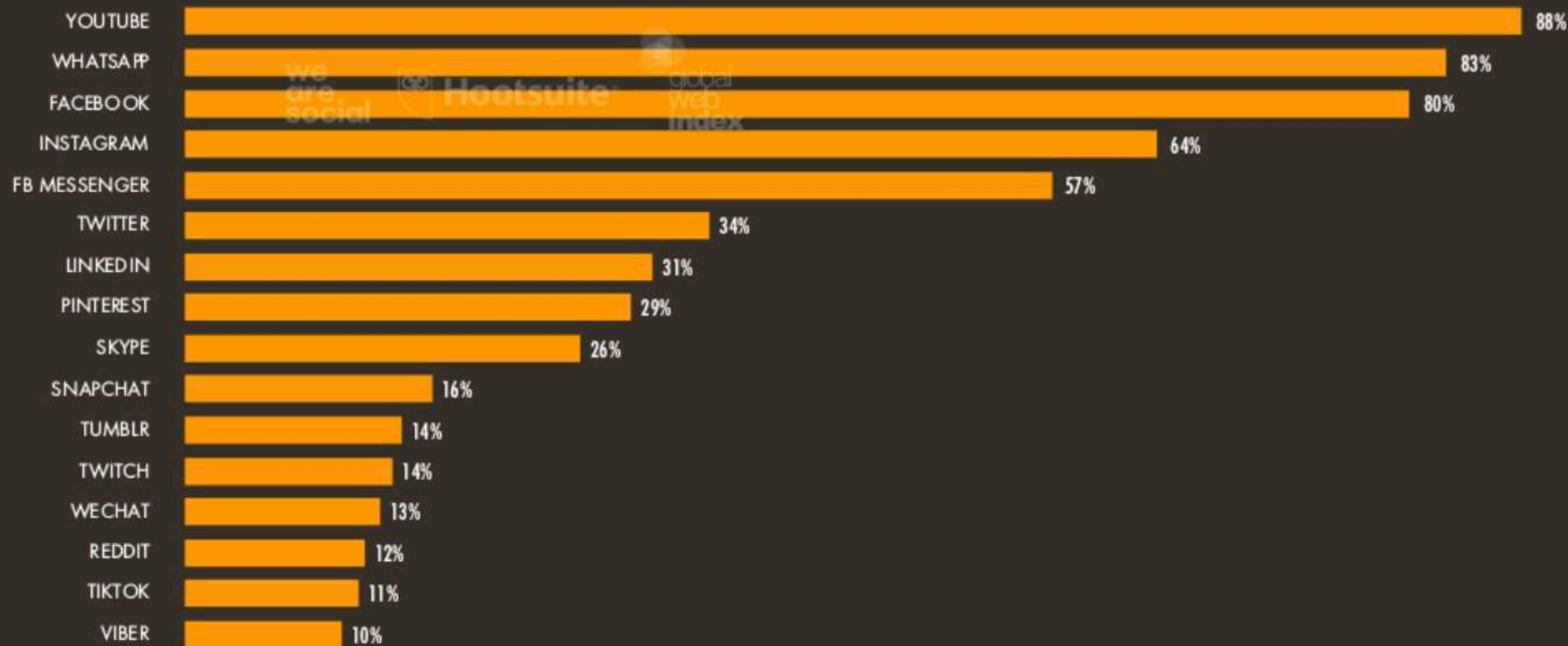
JAN
2020

MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO REPORT USING EACH PLATFORM IN THE PAST MONTH



ITALY



JAN
2020

WORLD'S MOST VISITED WEBSITES (SIMILARWEB)

RANKING OF THE WORLD'S MOST VISITED WEBSITES ACCORDING TO **SIMILARWEB**, BASED ON TOTAL GLOBAL WEBSITE TRAFFIC

#	WEBSITE	TIME / VISIT	PAGES / VISIT
01	GOOGLE.COM	10M 20S	8.12
02	YOUTUBE.COM	23M 00S	9.69
03	FACEBOOK.COM	11M 26S	10.70
04	BAIDU.COM	7M 51S	8.10
05	WIKIPEDIA.ORG	3M 48S	2.96
06	TWITTER.COM	10M 22S	10.84
07	INSTAGRAM.COM	6M 35S	11.44
08	YAHOO.COM	7M 27S	6.70
09	XVIDEOS.COM	12M 27S	9.25
10	YANDEX.RU	10M 51S	9.00

#	WEBSITE	TIME / VISIT	PAGES / VISIT
11	PORNHUB.COM	9M 26S	7.53
12	AMAZON.COM	7M 34S	10.10
13	XNXX.COM	15M 42S	11.58
14	NETFLIX.COM	9M 41S	4.24
15	LIVE.COM	7M 33S	8.28
16	YAHOO.CO.JP	9M 40S	6.89
17	NAVER.COM	17M 09S	11.65
18	VK.COM	17M 54S	23.20
19	GOOGLE.COM.BR	6M 56S	7.76
20	WHATSAPP.COM	2M 42S	1.79

JAN
2020

MOST COMMON LANGUAGES FOR WEB CONTENT

BASED ON THE LANGUAGES USED ON THE WORLD'S TOP 10 MILLION WEBSITES*

#	LANGUAGE	% WEBSITES	SHARE OF POP.
01	ENGLISH	56.8%	4.9%
02	RUSSIAN	7.6%	2.0%
03	SPANISH	4.6%	6.2%
04	GERMAN	4.1%	1.0%
05	FRENCH	3.3%	1.0%
06	JAPANESE	2.9%	1.7%
07	PORTUGUESE	2.5%	2.9%
08	PERSIAN	2.4%	0.7%
09	TURKISH	2.2%	1.0%
10	ITALIAN	1.5%	0.8%

#	LANGUAGE	% WEBSITES	SHARE OF POP.
11	CHINESE	1.4%	16.5%
12	POLISH	1.3%	0.5%
13	VIETNAMESE	1.0%	1.0%
14	DUTCH	0.9%	0.3%
15	ARABIC	0.8%	3.6%
16	KOREAN	0.8%	1.0%
17	CZECH	0.7%	0.1%
18	GREEK	0.7%	0.2%
19	INDONESIAN	0.5%	0.6%
20	HUNGARIAN	0.4%	0.2%

SOURCE: W3TECHS [ACCESSED JANUARY 2020]. ***NOTES:** TOP 10 MILLION WEBSITES BASED ON TRAFFIC RANKING DATA FROM ALEXA.COM. LANGUAGE NAMES AS PER W3TECHS'S DEFINITIONS. FIGURES IN THE "SHARE OF POP." COLUMN SHOW THE PERCENTAGE OF THE WORLD'S TOTAL POPULATION THAT IS A NATIVE SPEAKER OF EACH LANGUAGE, BASED ON DATA REPORTED BY ETHNOLOGUE AND THE UNITED NATIONS.

Link utili e gratuiti per definire la miglior **STRATEGIA**:

<https://wearesocial.com/it/blog/2020/02/report-digital-2020-in-italia-cresce-ancora-lutilizzo-dei-social> —> dove si possono vedere i **dati di utilizzo di internet in Italia e nel mondo**.

<https://trends.google.it/trends/?geo=IT> —> utile per capire i **trend di ricerca**

<https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/> —> strumento per la pianificazione delle **parole chiave**

QUESTO COSA SIGNIFICA ?

**OGGI ABBIAMO STRUMENTI POTENTI E
RELATIVAMENTE ECONOMICI CHE CI
CONSENTONO DI FARE FOTO, VIDEO,
CONDIVIDERLI IN TEMPO REALE CON
ALTRE PERSONE.**



QUANTO E' CAMBIATO IL TURISTA ?

La **tecnologia** è entrata velocemente nelle nostre vite e anche le modalità con le quali **le persone vogliono vivere l'esperienza viaggio**, vogliono reperire informazioni, vogliono **condividere la propria esperienza**.



PIANIFICARE E PRENOTARE

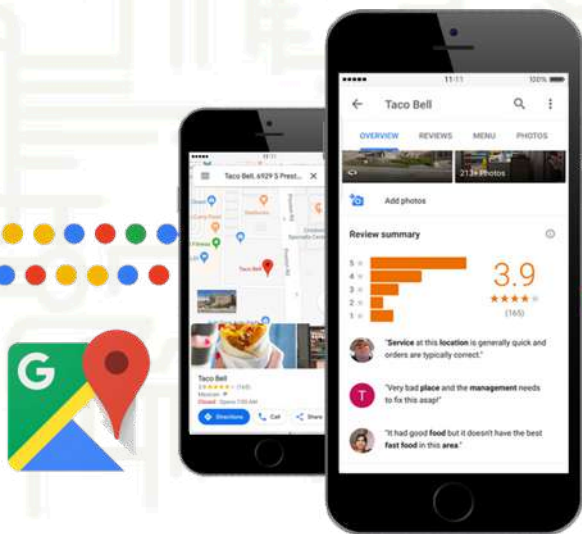
Da un'analisi condotta da TripAdvisor su 23.000 intervistati, provenienti da 12 paesi diversi (4.572 dall'Italia) è emerso che il **70% degli intervistati ritiene attendibile e utile le recensioni online pubblicate sulla piattaforma**; il 62% invece ha evidenziato l'accuratezza con cui vengono descritti luoghi e servizi.



RECENSIONI = COMMUNITY = FIDUCIA

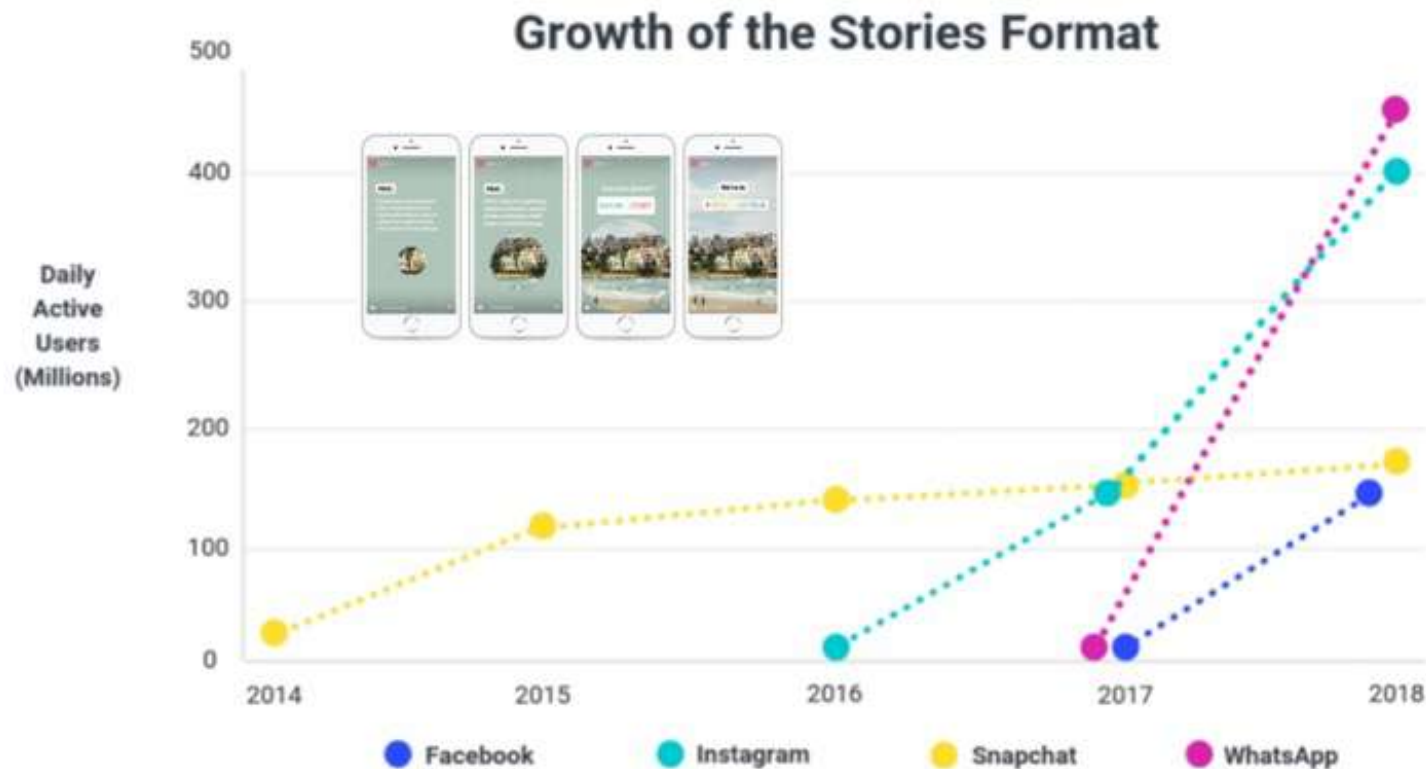
Da un recente sondaggio la maggior parte degli utenti conferma il ruolo influente delle recensioni.

L'86% degli intervistati ha dichiarato che la lettura delle opinioni degli utenti su Google MyBusiness, aiutano la scelta alla prenotazione con maggiore sicurezza.



Google
Reviews ★★★★★

DALLA CARTOLINA ALLE STORIES



LE COSE CHE FUNZIONANO

FARSI TROVARE

Presenza digitale



Google
My Business



Facebook
fanpage



新浪微博
weibo.com



LinkedIn



FARSI SCEGLIERE

Nuovi clienti



Google
Reviews ★★★★★



Google Ads



FIDELIZZARE

Marketing



G Suite



OBIETTIVO per le GUIDE TURISTICHE



MIGLIORARE LA
PRESENZA DIGITALE



TROVARE NUOVI
CLIENTI



AUMENTARE IL
FATTURATO



FIDELIZZARE
I CLIENTI ACQUISITI



INFORMAZIONI

VERIFICA CHE LE **INFORMAZIONI** DELLA TUA ATTIVITA' SIANO
TUTTE PRESENTI E AGGIORNATE SUI CANALI DI RICERCA DIGITALI:
STRATEGIA OMNICHANNEL

PERSONAL BRANDING

COSA FARE

- ✓ COERENTE
 - Decidi e definisci come i turisti ti vedono (web, social, blog, video)
- ✓ SINCERO
 - Non sembrare ciò che non sei, sul web vince la verità
- ✓ INSEGNA
 - Posizionati come esperto della tua città e esperienze di viaggio
- ✓ CONDIVIDI
 - Sul web bisogna dare per ricevere
- ✓ EMOZIONA
 - La scelta di un viaggio è sempre di più la ricerca di emozioni per avere ricordi positivi

PERSONAL BRANDING: CONTENUTO

Strategia Omnichannel

COSA FARE: ARTICOLI, FOTOGRAFIE, VIDEO ed incentivare, gestire le RECENSIONI

ARTICOLI sul Blog, sul Sito, su LinkedIn, nei post sulla Mybusiness..

VIDEO sul Canale Youtube, sui Social, sul Sito/Blog, su LinkedIn..

FOTOGRAFIE che emozionino, catturino. Inserire il “Titolo Parlante”

RECENSIONI da incentivare e a cui rispondere

PRIMA DI COMPRARE GLI UTENTI VISITANO IN MEDIA:

27%

1 Sito



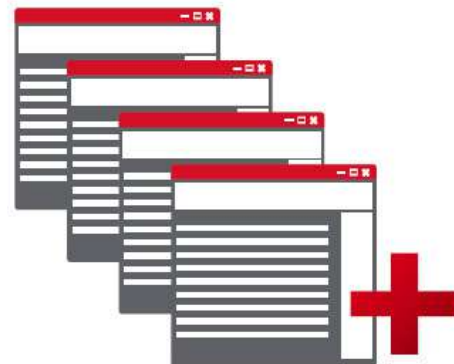
42%

Da 2 a 4 Siti

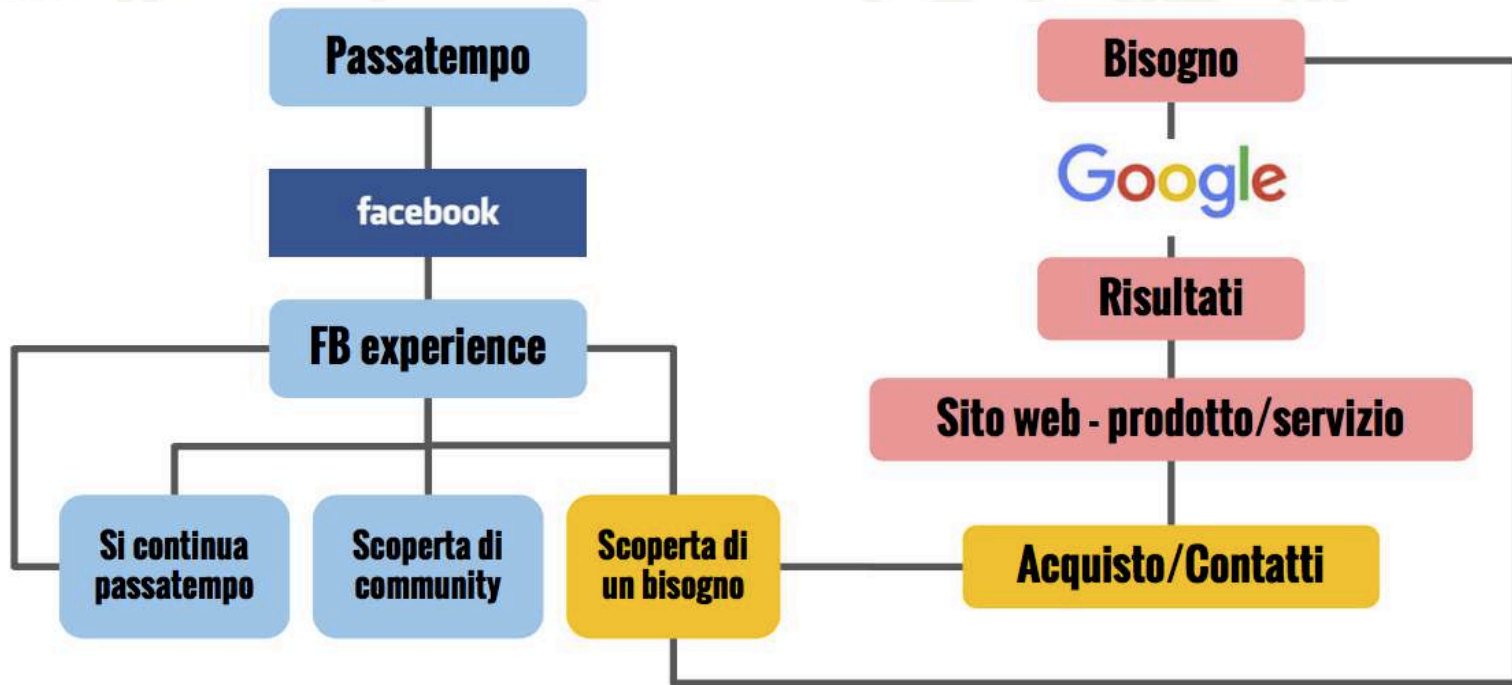


31%

5+ Siti



DAL PASSATEMPO ALLA NASCITA DI UN BISOGNO



RICERCHE LOCALI E SMARTPHONE

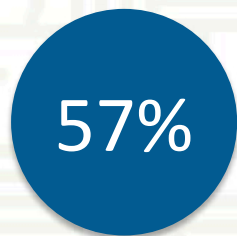


**2 PERSONE SU 3, PRIMA DI
ACQUISTARE IN NEGOZIO,
FANNO RICERCHE LOCALI SUL
WEB**

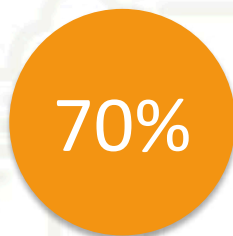
**IL 90% DEGLI ACQUISTI
AVVIENE ANCORA OFFLINE**

Source: Google Stats for Local Search
2019

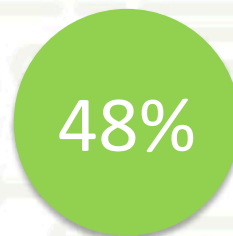
PERCHÉ I CONSUMATORI FANNO RICERCHE LOCALI?



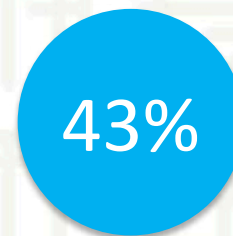
PER
ISPIRAZIONE



PER
TROVARE UN
PRODOTTO



PER
ACQUISTARE



PER
ASSISTENZA
POST-ACQUISTO

Source: Google Stats for local search 2018

Google



Google Search

I'm Feeling Lucky

98% DEI CONSUMATORI IN EUROPA & USA
CERCA LE ATTIVITA' ONLINE SU GOOGLE

SOURCE: SOCIAL TIMES, SOCIAL MEDIA BUSIENSSSTATISTICS, FACTS FIGURES&TRENDS

GOOGLE MY BUSINESS E GOOGLE MAPS

Google

Il Forno di Anna

4.6 ★★★★★

€€ · Fornoia

Panetteria locale, con ampia scelta di pane fresco ogni giorno e ottimi prodotti da forno.

Indirizzo: via Cesare Correnti 16, Milano

Orari: Oggi aperto · 09.00 - 19.00

Telefono: 02 1234567

Sito web: [esempio-azienda.it](#)

Recensioni dal Web

Foto

Sito web

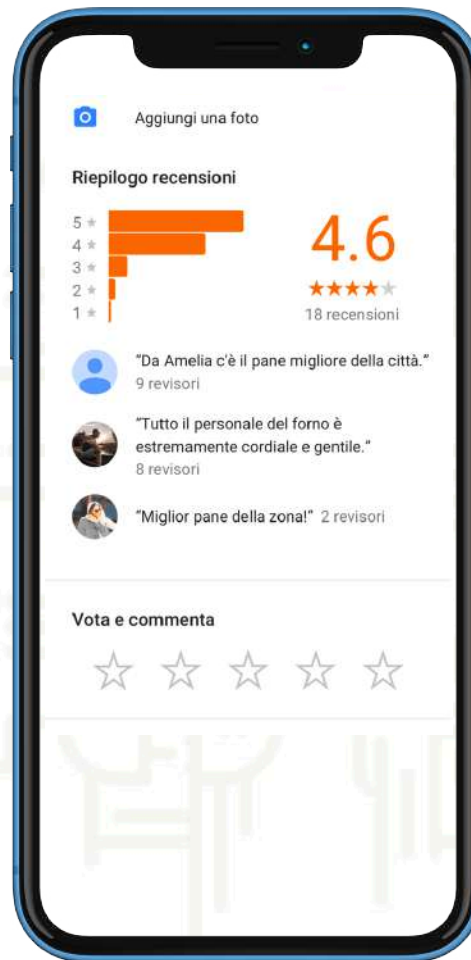
Indicazioni stradali

FORNISCI

- INDICAZIONI STRADALI
- INFORMAZIONI (ORARI..)
- CONTATTI TELEFONICI
- INDIRIZZO SITO WEB
- IMMAGINI
- POST, RECENSIONI
- SITO INTERNET



GESTISCI LE RECENSIONI, RISPONDI
AI CLIENTI E MANTIENI ALTO IL
LIVELLO DI VALUTAZIONE DELLA TUA
ATTIVITA'



SCOPRI IN CHE MODO I CLIENTI CERCANO LA TUA ATTIVITA'

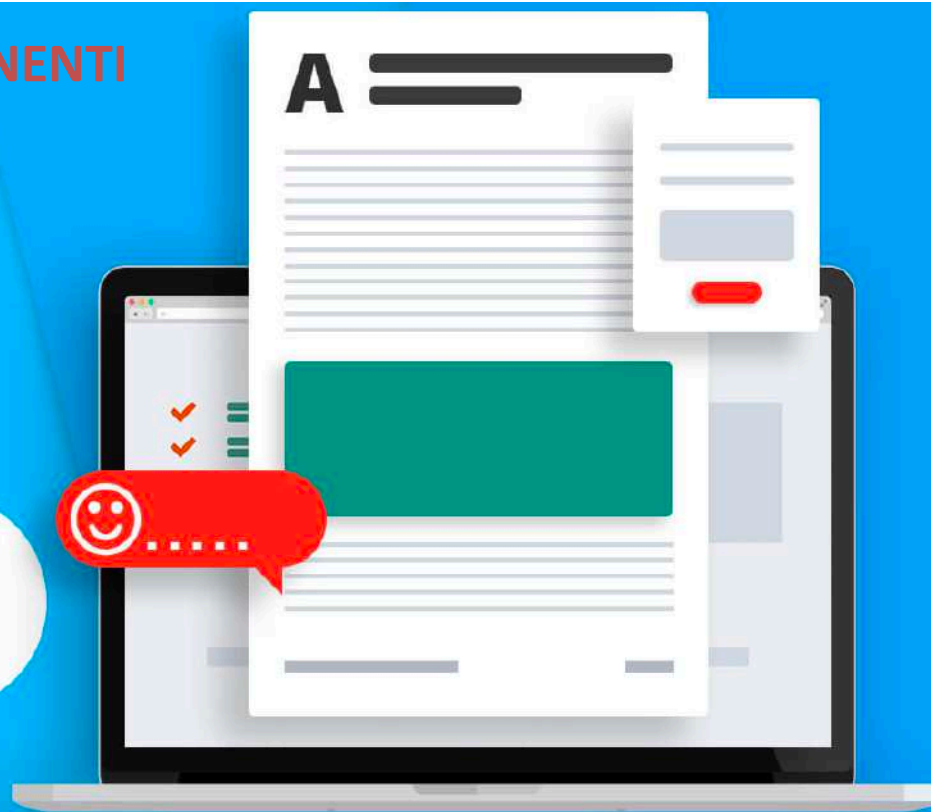


UN SITO WEB TECNOLOGICO ED EFFICACE:

- **CONTIENE TUTTE LE INFORMAZIONI UTILI IN + LINGUE**
- **È COLLEGATO AI CANALI DI COMUNICAZIONE** (SOCIAL, WHATSAPP, NEWSLETTER, ECC.)
- **È DI FACILE UTILIZZO PER IL CLIENTE**
- **È FACILMENTE AGGIORNABILE E MODIFICABILE**
- **BOOKING DEI SERVIZI + PAYMENT**
- **Tour Virtuali con le piattaforme (zoom, meet...)**



CONTENUTI PERTINENTI



REALIZZA CONTENUTI CHE RACCONTINO LA TUA ATTIVITA' E
FORNISCANO INFORMAZIONI E VANTAGGI SUI TUOI PRODOTTI E SERVIZI

FOTO BELLE E DESCRITTIVE



TITOLO »STRATEGICO« ALLE FOTO

VIDEO E STORYTELLING



SFRUTTA AL MEGLIO IL TUO CANALE YOUTUBE (TAG, KW, DESCRIZIONI, LINK AI SOCIAL, AL SITO, AL BOOKING)

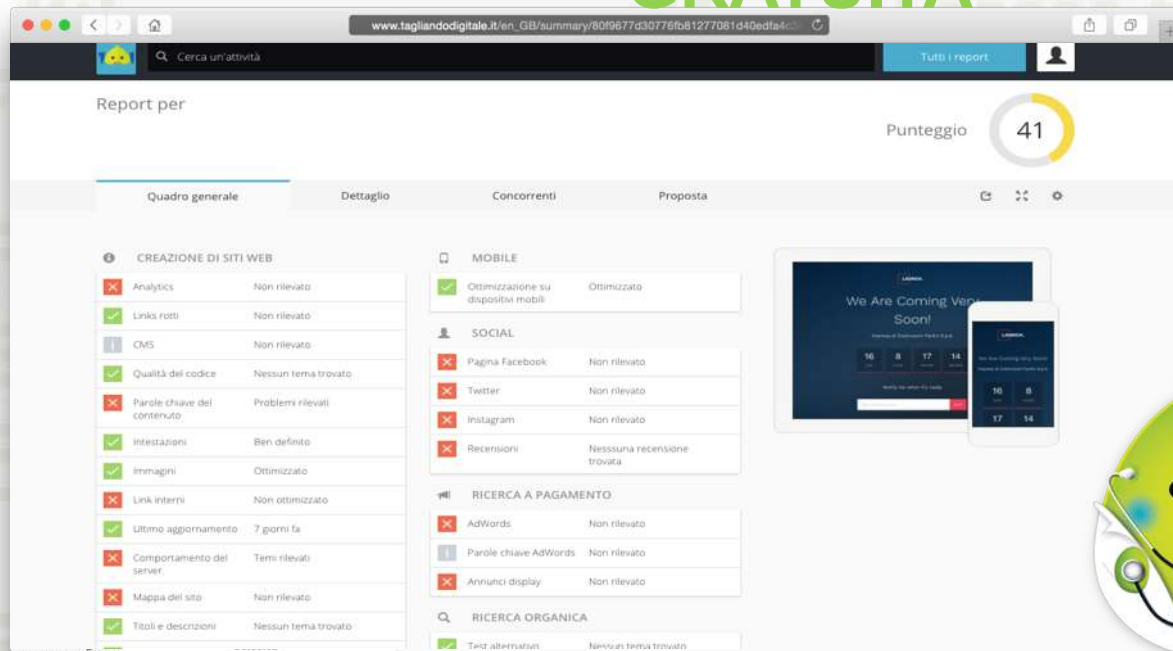
TEST DIGITALE: ANALISI DIGITALE GRATUITA

TEST DIGITALE PER PIANIFICARE E OTTIMIZZARE UNA STRATEGIA WEB



TUTTE LE TUE RICERCHE IN UN'UNICA SOLUZIONE
E!

TEST DIGITALE: ANALISI DIGITALE GRATUITA

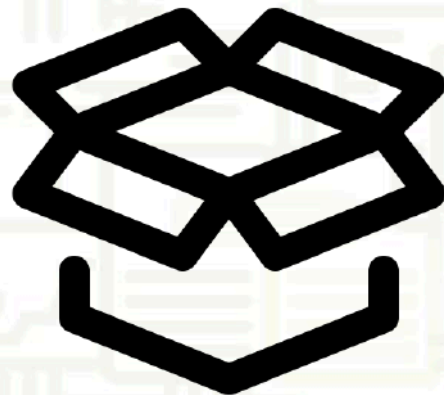


TEST DIGITALE ANALIZZA E RIASSUME GLI ASPETTI CHIAVE DELLA PRESENZA
WEB DI UN PROFESSIONISTA IN UN'UNICA ANALISI

KIT SOLIDARIETA' DIGITALE

Verrete **contattati** dal vostro **SPIN di riferimento** per organizzare una videocall e beneficiare del **KIT SOLIDARIETA' DIGITALE** (gratuito)

- ✓ ANALISI DIGITALE (REPORT)
- ✓ 1 ora di CONSULENZA sulla Strategia di posizionamento aziendale (online e offline)
- ✓ Scheda Google MyBusiness (creazione/gestione)



Grazie



Daniel Rota
Chairman & CEO webidoo

