

HOTEL CONVENTION

9 MARZO 2022

 PALAZZO DEI CONGRESSI
DI RICCIONE (RN)



**HOTEL
CONVENTION
2022**

**PALAZZO DEI CONGRESSI
DI RICCIONE (RN)**



Strategie e Strumenti per incrementare le prenotazioni dirette

**Come sono cambiate le modalità di ricerca ed interazione con il
sito dell'hotel negli ultimi mesi e suggerimenti sui canali più
efficaci**

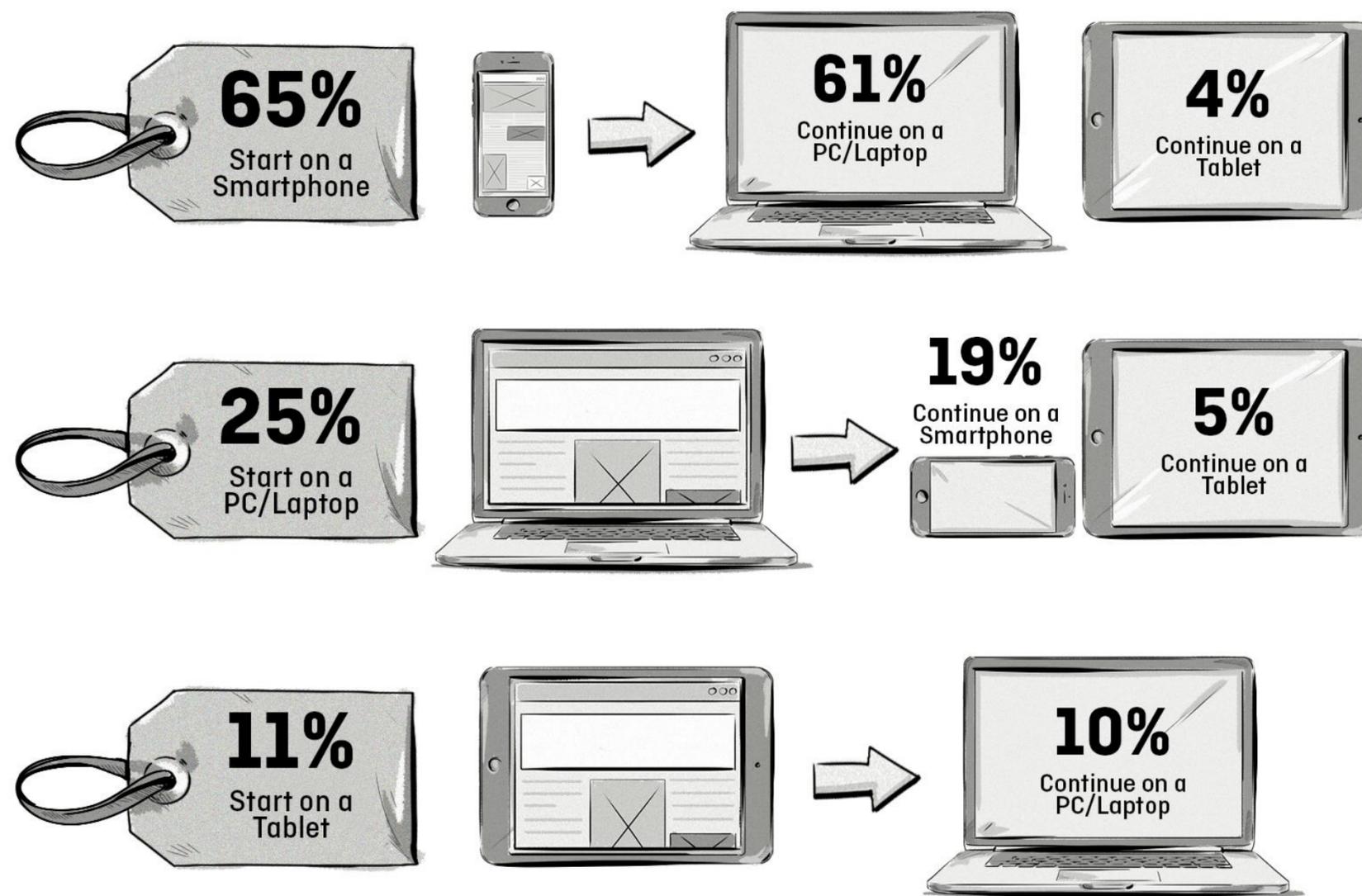


Armando Travaglini

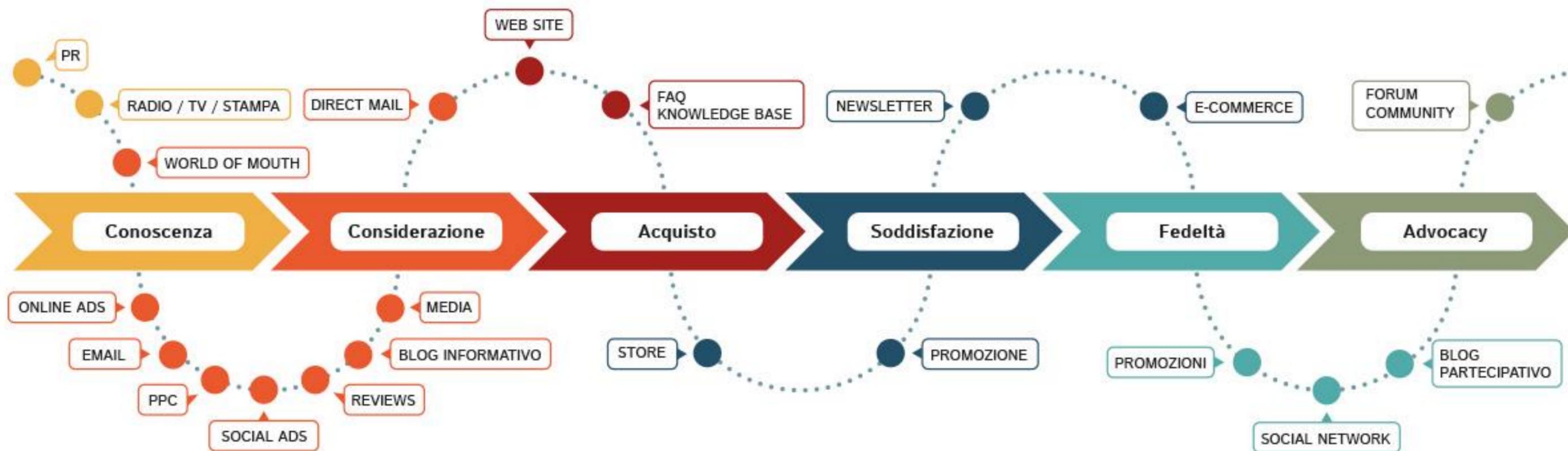
Consulente e formatore Digital Marketing Turistico



Percorsi di navigazione



Percorsi di navigazione



Search Window

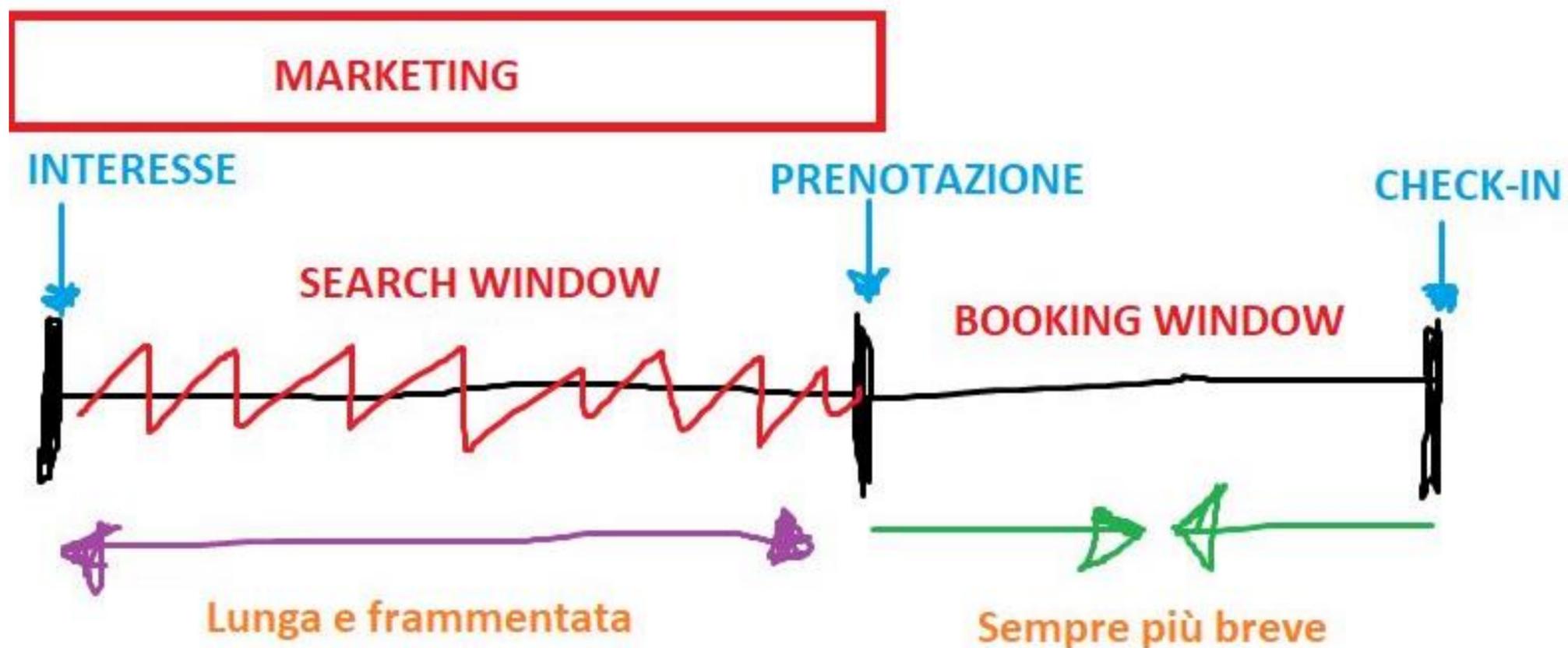


Grafico orgogliosamente realizzato con Paint 

**HOTEL
CONVENTION
2022**

**PALAZZO DEI CONGRESSI
DI RICCIONE (RN)**

Da dove inizia la ricerca



**HOTEL
CONVENTION
2022**

**PALAZZO DEI CONGRESSI
DI RICCIONE (RN)**

Dove continua



**HOTEL
CONVENTION
2022**

**PALAZZO DEI CONGRESSI
DI RICCIONE (RN)**

Ovvero

AWARENESS

INTEREST

DECISION

ACTION



Funnel	Descrizione	Numeri	Livello
SEO / SMM / PPC (es. Google ADS - FB ADS - Content)	Utenti che intercettiamo con le Strategie di Marketing come SEO, Campagne PPC (Google, Facebook, LinkedIn etc.), Campagne DEM	100.000	Top of Funnel
Click Throughs	Utenti che arrivano sul nostro Sito, Pagine Social e Landing Page trasformandosi in Visitatori	10.000 (10 % CTR)	
Bounces	Utenti che non compiono alcun tipo di azione o interazione ed abbandonano subito i nostri Canali di Comunicazione	-7.000 (70 % Bounce rate)	Middle of Funnel
Readers	Readers = Utenti attivi che leggono i contenuti e compiono interazioni sui nostri Canali Social	3.000 (Lettori)	
Leads	Leads= Utenti che hanno manifestato un interesse verso i nostri Prodotti o Servizi telefonando, compilando un Form, inviando una email	300 (Leads)	
Prospects	Prospects = Leads che rispondono alle informazioni inviate dalla nostra Azienda, come ad esempio un'offerta	150 Prospects (50% dei leads)	Bottom of Funnel
Customers	Customers= Prospects che hanno deciso di acquistare un nostro Prodotto o Servizio	60 Customers (40% dei leads)	
Loyalty	Loyalty= Clienti soddisfatti dei nostri Prodotti e Servizi, dell'Assistenza e del supporto Clienti	24 Ripetono acquisto (40% dei customers)	
Ambassador	Ambassador= Clienti Felici che parlano positivamente dei nostri Prodotti e Servizi ad altri Clienti	20 Ambassador (33% dei customers)	

Percorsi di navigazione

43.	Ricerca a pagamento x 8	2 (0,48%)	2.308,00 € (0,27%)
44.	Ricerca organica → Diretto x 3 → Ricerca a pagamento → Ricerca organica Diretto x 4	2 (0,48%)	1.400,00 € (0,16%)
45.	Ricerca organica → Diretto → Ricerca a pagamento → Ricerca organica Ricerca a pagamento	2 (0,48%)	816,00 € (0,10%)
46.	Ricerca organica → Diretto → Ricerca a pagamento x 5	2 (0,48%)	2.996,00 € (0,35%)
47.	Ricerca organica → Diretto → Social network	2 (0,48%)	1.304,00 € (0,15%)
48.	Ricerca organica x 2 → Ricerca a pagamento x 2	2 (0,48%)	1.400,00 € (0,16%)
49.	Ricerca organica → Ricerca a pagamento → Display → Diretto Ricerca organica	2 (0,48%)	4.464,00 € (0,52%)
50.	Ricerca organica → Ricerca a pagamento → Ricerca organica	2 (0,48%)	2.984,00 € (0,35%)
51.	Ricerca organica → Ricerca a pagamento x 2	2 (0,48%)	672,00 € (0,08%)
52.	Diretto x 9	1 (0,24%)	768,00 € (0,09%)

Percorsi di navigazione



**DURATA DEL PERCORSO: 28
GG**

HOTEL CONVENTION 2022

PALAZZO DEI CONGRESSI DI RICCIONE (RN)



1 (0,11%)

2.133,50 € (0,14%)

DURATA DEL PERCORSO: 74 GG





Il processo di marketing

OBIETTIVI --> STRATEGIA --> STRUMENTI



**HOTEL
CONVENTION
2022**

**PALAZZO DEI CONGRESSI
DI RICCIONE (RN)**

Obiettivi

Vendere più camere?

Desidero incrementare le vendite complessive del reparto camere

Disintermediare dalle OTA?

Desidero ridurre la quota di prenotazioni intermedie

Raggiungere nuovi segmenti di mercato?

Desidero raggiungere turisti che abitualmente non vengono nella mia destinazione

Vendere i reparti non room?

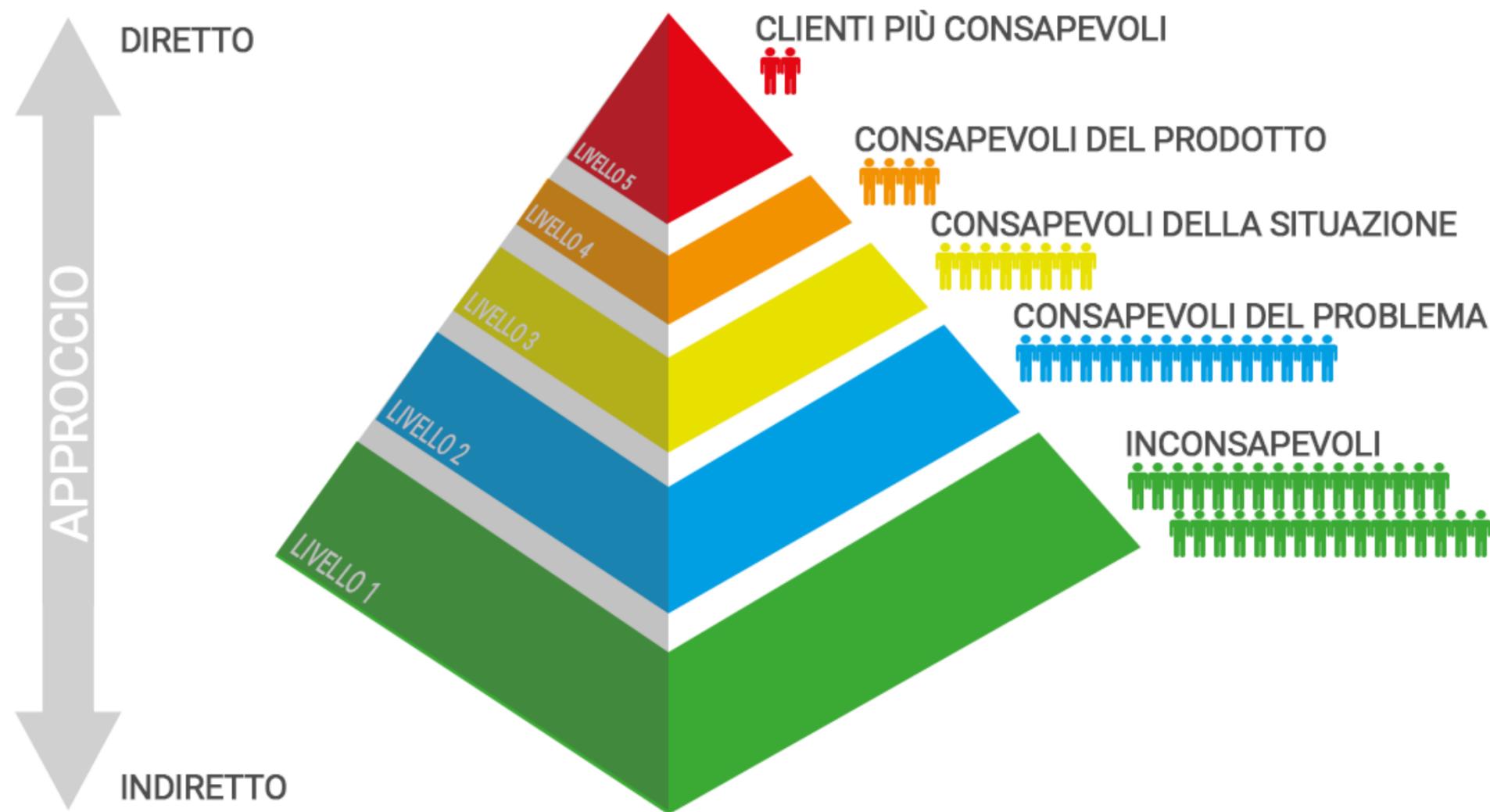
Desidero incrementare le vendite del ristorante, SPA, etc..

Fidelizzare gli ospiti?

Desidero aumentare il numero dei clienti fidelizzati



La piramide della consapevolezza



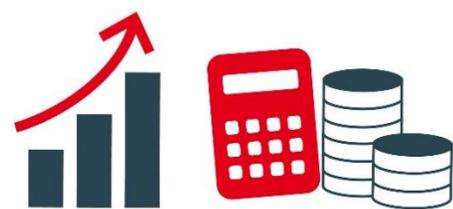
Credits: Fabrizio Delrio

Si torna sempre ai fondamentali

MARKETING MIX



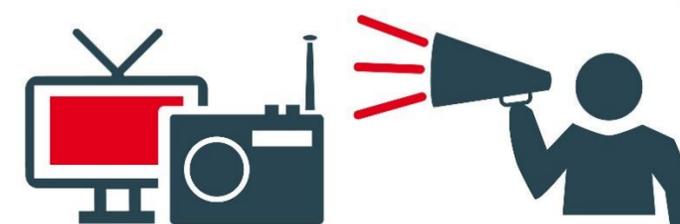
PRODUCT



PRICE



PLACE



PROMOTION

HOTEL
CONVENTION
2022

PALAZZO DEI CONGRESSI
DI RICCIONE (RN)

Valore vs prezzo

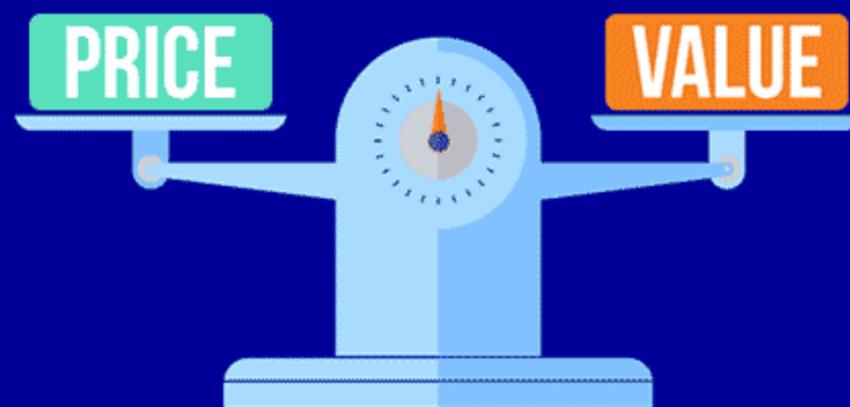
*Differenziati con il valore,
o soccomberai al prezzo.*

JEFFREY GITOMER

**HOTEL
CONVENTION
2022**

**PALAZZO DEI CONGRESSI
DI RICCIONE (RN)**

Valore vs prezzo



La classificazione

DOMANDA ESPLICITA

- «Relativamente» semplice da intercettare
- Limitata
- Competitiva (in base alla destinazione)
- Dominata dalle OTA

Es. campagne Google, SEO, ...

DOMANDA LATENTE

- Molto complessa da intercettare
- Potenzialmente infinita
- Poco competitiva
- Budget elevato

Es. newsletter, Social, ...

Cosa fanno i clienti



Scoperta

Coinvolgimento

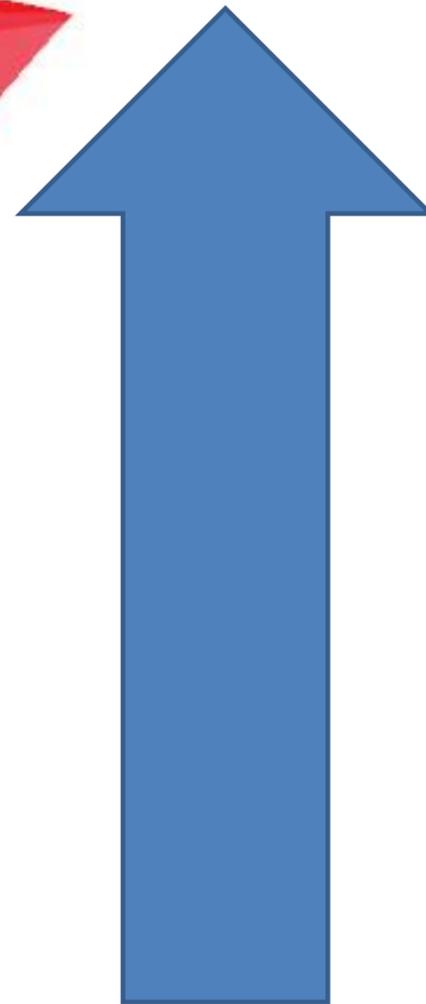
Comparazione

Conversione

Fidelizzazione



Partiamo dal basso



Display / Youtube / Search / SEO

PPC Search / Social

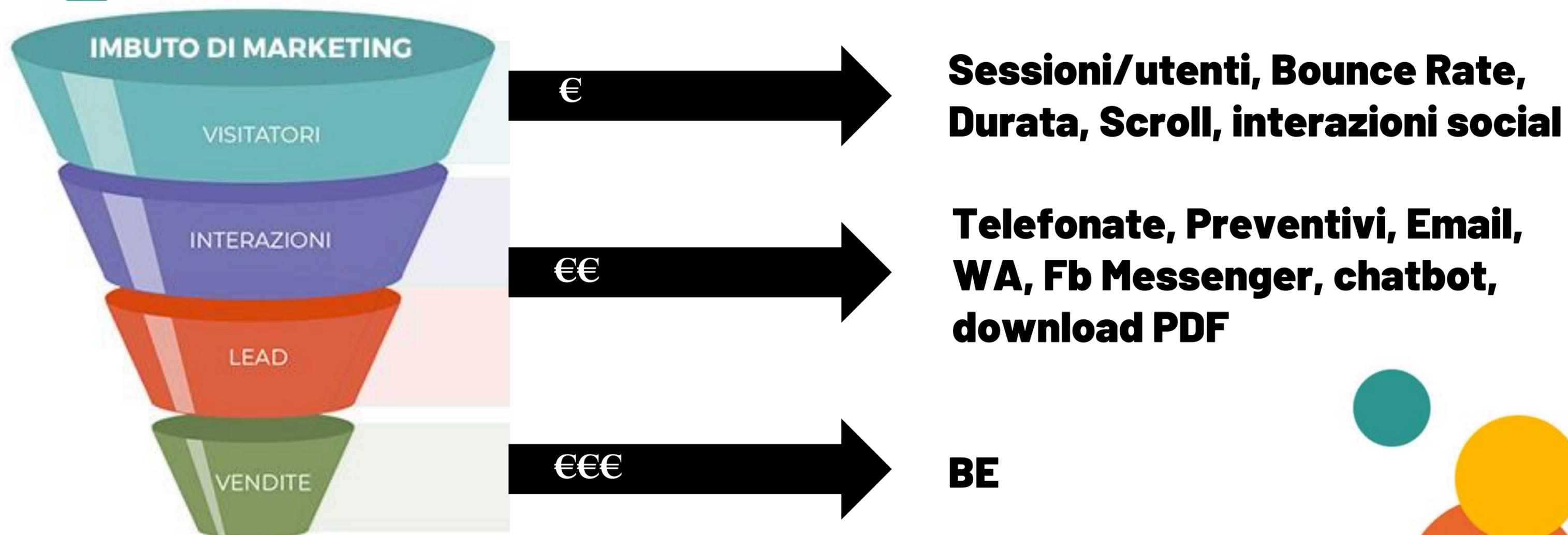
Brand / Remarketing / Social

UX / BE / Conversion / Brand

Email / WA / Social / CRM



Quali conversioni





Consigli

**Analizza a fondo il comportamento
dei tuoi clienti.**

Chiedi supporto alla tua agenzia.



**HOTEL
CONVENTION
2022**

**PALAZZO DEI CONGRESSI
DI RICCIONE (RN)**

Consigli

Comprendi i processi di prenotazione.

Il marketing deve stimolare la domanda ma soprattutto intercettarla al momento giusto.





Consigli

Identifica il tuo valore.

La tariffa è una conseguenza.





Consigli

Le vanity metrics non servono a nulla.

Il marketing si misura con gli euro.





Consigli

**Scegli gli strumenti più adatti
per i vari livelli del funnel.**

Il grado di consapevolezza dei tuoi ospiti evolve nel tempo.





Consigli

Sii presente e consistente.

Fatti trovare facilmente e resta visibile. Ma senza esagerare.



**HOTEL
CONVENTION
2022**

 PALAZZO DEI CONGRESSI
DI RICCIONE (RN)

Consigli

Non tutto è tracciabile.

A volte serve un pizzico di psicologia.



HOTEL CONVENTION 2022

 PALAZZO DEI CONGRESSI
DI RICCIONE (RN)



ARMANDO TRAVAGLINI



INFO@ARMANDOTRAVAGLINI.IT



328 2711078



@ARMANDO.TRAVAGLINI



ARMANDOTRAVAGLINI.IT



DIGITAL **MARKETING TURISTICO**™

