

Introduzione

Il corso fornisce un'introduzione alla gestione strategica delle destinazioni come esperienze oltre ad un workshop pratico di co-progettazione, fornendo una formazione adatta al destination manager, alle Amministrazioni e agli operatori delle destinazioni, molto pratica e concreta con un focus specifico sul potenziale di business dei territori e delle esperienze.

Il Turismo Esperienziale

Il viaggiatore odierno è sempre più informato e in cerca di esperienze autentiche e non convenzionali. Ricerca, valuta e confronta destinazioni ed attività on-line per poi scegliere mete che non siano classiche destinazioni turistiche bensì territori ricchi di tradizione e cultura, in cui immergersi quasi fino a sentirsi "del posto".

Il turismo esperienziale è l'avventura che il turista compie vivendo momenti di vita quotidiana nella destinazione che visita, partecipando attivamente ed in prima persona alle attività che vi si svolgono, andando a scavare nelle tradizioni, negli usi e nei costumi della località lasciandosi affascinare dal valore aggiunto dell'autenticità.

Le destinazioni riuniscono fisicamente le persone in un momento di esperienza condivisa

Le esperienze possono rispondere alle motivazioni di viaggio più svariate – svago, esplorazione, passione, ricerca, crescita personale, ... - e le destinazioni oggi per distinguersi devono rispondere chiaramente ad una domanda di target sempre più specifica ed esigente.

È in questa risposta che i potenziali visitatori percepiscono (coscientemente o inconscientemente) il bisogno di conoscerle, esserne parte attiva attraverso un'esperienza e di viverle attraverso momenti razionali ed emozionali, umani, assaporando passione e tradizione per un effetto speciale, life-changing, che coincide con la motivazione alla base della propria ricerca, e che li accompagnerà attraverso tutte le fasi del travel experience journey.

Destinazione → Esperienza → Mercato

Nello scenario economico internazionale, sempre più sofisticato e complesso, le esperienze distintive e uniche rappresentano indubbiamente lo strumento ideale per raggiungere e coinvolgere il target desiderato, anche nel lungo periodo.

Un approccio strategico al destination management e marketing combinato con il travel experience design, management e marketing può rappresentare la chiave del cambiamento dell'approccio al tema innescando un'innovazione nella definizione della destinazione come esperienza/prodotto e non più come semplice territorio.

È con questo obiettivo, partendo da un'attenta analisi delle esigenze di numerose destinazioni, che nascono Experience Lab (prima) ed Experience Design Workshop (dopo).

Il metodo

Il nostro è un metodo di lavoro partecipato, permeato di interazioni e condivisione di valore e racconto di esempi concreti affinché i partecipanti abbiano modo di utilizzare al massimo la propria creatività ed imparare a svilupparla e sperimentare grazie a casi di successo a livello internazionale.

La componente motivazionale è per noi fondamentale.

L'esperienza acquisita durante più di 30 Experience Lab e Design Workshop tenuti in Italia ed Europa ci ha insegnato che il potenziale dei territori può essere valorizzato innanzitutto motivando gli attori della destinazione, mostrandogli un nuovo modo di vedere le cose e di pensare al futuro puntando sulla propria esperienza e facendo rete con il territorio.

Il target

- Destination management companies, agenzie di viaggio, tour operator incoming
- Pubblica amministrazione ed organizzazioni che gestiscono/promuovono la destinazione (destination manager, enti del turismo, pro loco, apt ecc.)
- Operatori del turismo impegnati nella valorizzazione delle destinazioni (strutture ricettive, b&b, organizzatori di tour ed attività)
- Imprese del mondo agricolo/rurale che offrono/desiderano offrire esperienze turistiche
- Operatori culturali ed organizzatori di festival/eventi nella destinazione

Le due giornate formative

Nozioni già apprese – Experience Lab – Day 1

- Applicare i principi del marketing on-line alle destinazioni e al settore del turismo esperienziale
- La commercializzazione on-line delle destinazioni come esperienze
- Marketing per le destinazioni e per il turismo esperienziale
- Affrontare le sfide del mercato con un approccio business-oriented, sempre attento alle innovazioni di processi e prodotti
- Il percorso di creazione del valore per una destinazione: analisi, design, management, sales & marketing

Prossima fase - Experience Design Workshop – Day 2

È il workshop di approfondimento successivo alla formazione teorica, che prevede un incontro di co-progettazione di attività con gli operatori della destinazione per creare offerte di turismo esperienziale adatte al target ed alla domanda del mercato. Le esperienze vengono co-create in un'ottica di promo-commercializzazione, in particolare on-line attraverso le maggiori Online Travel Agency del turismo esperienziale (Viator, Musement, Getyourguide, Airbnb esperienze, ...).

Cosa si può imparare

- Progettare esperienze “market-driven” in linea con il target individuato e la domanda turistica
- Concepire strategicamente una destinazione come esperienza di viaggio con valore di lungo termine
- Individuare il potenziale del proprio territorio partendo da un’analisi del potenziale e dalla mappatura dell’offerta
- Interiorizzare strumenti ed approcci di service design, travel experience design, design thinking, imaginative thinking per la destinazione
- Guardare alla propria destinazione con nuovi occhi

Programma dell’Experience Design Workshop

- Mappatura dell’offerta attuale ed analisi dello stato della stessa
- Definizione dei punti di forza della destinazione e discussione
- Selezione del “sales value” su cui puntare
- Divisione in gruppi (se necessario/richiesto) ed avvio della co-progettazione attraverso la consegna delle schede di progettazione delle esperienze
- Confronto con i gruppi di lavoro/singoli progettisti di esperienze
- Presentazione dei risultati e discussione
- Rielaborazione delle offerte in base agli output della discussione
- Presentazione delle offerte definitive

Location e durata

Il workshop si terrà presso la sede individuata dalla Camera di Commercio.
Durata: 5 ore

Materiale occorrente

Per il corretto svolgimento delle attività, i partecipanti sono invitati a portare con sé il proprio personal computer.

