

INNOVARE E GENERARE CRESCITA NEL PANORAMA DEL TURISMO DIGITALE



Le figure di spicco del settore turistico odierno necessitano di reinventare le proprie proposte d'investimento e ottimizzare ogni singola esperienza, se desiderano coinvolgere e servire con efficacia i viaggiatori digitali. Le possibilità di crescita e i costi delle opportunità nell'ambito del Turismo Digitale sono estremamente vasti, come dimostra un recente studio elaborato da eMarketer, che ha stabilito che i guadagni generati a livello globale dal turismo

digitale **supereranno i 533 miliardi di dollari nel 2015, con una crescita a due cifre prevista per il 2016.**

Il settore turistico ha subito, nell'ultima decade, una profonda ristrutturazione in seguito all'avvento delle strategie basate sui social media, sul mobile e sull'e-commerce. Il successo ottenuto da questo ecosistema digitale ha reso assolutamente necessario che ogni responsabile marketing o imprenditore turistico acquisisca una profonda comprensione delle più recenti dinamiche digitali e della tecnologia alla base delle stesse; elementi - questi - che stanno trasformando il commercio, alterando in modo drastico le modalità di comunicazione, creazione, collaborazione, condivisione di informazioni, acquisto ed esecuzione di altre transazioni ad opera degli individui.

I professionisti del marketing turistico e gli esperti nel campo dell'esperienza e della soddisfazione dei clienti dovrebbero capire che i nuovi consumatori-viaggiatori stanno seguendo un'incessante evoluzione digitale che coinvolge ogni singola fase del proprio percorso (dal sognare al pianificare, dal prenotare al vivere, dal condividere al recensire) ad ogni nuovo acquisto di viaggi. Le ultime tendenze mostrano che circa il 50% dei viaggiatori digitali trae spunto e ispirazione dall'osservazione di immagini e commenti online, mentre oltre il 70% consulta video e opinioni prima di prendere la propria decisione finale.

Come ci spiega l'esperto di turismo digitale e professore alla [IE Business School Kevin Sigliano](#): "Le tendenze relative al percorso decisionale e operativo digitale dei clienti dimostrano che le imprese turistiche che presentano strategie cliente-centriche accompagnate da un desiderio di innovazione hanno maggiori possibilità di comprendere, creare, servire, vendere - insomma, operare - in modo più efficace con i clienti di ultima generazione". Di conseguenza, è di cruciale importanza che chiunque operi nel settore turistico si impegni ad implementare strategie digitali dirompenti in grado di generare coinvolgimento, incrementare la quota di mente, massimizzare i tassi di conversione mobile, **ridefinire la comprensione del percorso operativo dei clienti e ottimizzare le campagne di micro segmentazione.**

Al fine, inoltre, di ottimizzare i guadagni e la presa sugli utenti, i professionisti del turismo dovrebbero comprendere e imparare a padroneggiare tutte le tecniche digitali più recenti relative a branding, acquisizione e lifetime value, nell'ottica di una cultura di Growth Hacking.

Il programma di Turismo Digitale della Formazione Esecutiva dell'IE permetterà ai suoi partecipanti di comprendere l'essenza del "turista digitale", di scoprire come operare con efficacia nell'ambito dello sviluppo di nuove strategie di marketing, nonché come imparare a padroneggiare tutte le tecniche digitali principali (mezzi di comunicazione a pagamento, social media, contenuti, ascolto...). Gli esperti leader nei settori turistico e digitale, in comunanza con le migliori prassi dei maggiori operatori di viaggio (**Tripadvisor, Google, Room Mates Hotels, Destinia, Bla Bla Car,**

Amadeus, Turismo, ecc...), si sono connotati come elementi chiave nello sviluppo di questo [rinnovato corso di Turismo Digitale](#). Gli ex studenti hanno tenuto a sottolineare come il programma fornisca, a loro avviso, il connubio ideale tra innovazione, esame di casi pratici, analisi avanzate e metodologie.

Nello specifico, Natalia Bayona della ProColombia ha sostenuto quanto segue: “Il programma di Turismo Digitale della IE mi ha permesso di sviluppare una strategia per la promozione della Colombia come destinazione Turistica, tramite lo studio delle migliori pratiche operate nel settore turistico, l’uso di big data, i modelli di consumo su dispositivi mobile e le più recenti strategie digitali”.

Questo corso innovativo mette a disposizione dei suoi partecipanti una tabella di marcia che affronta le sfide principali del settore turistico, che vedono il marketing digitale e l’eccellente comprensione del percorso operativo dei clienti come i punti cardine del successo. Le sessioni pratiche tratteranno delle opportunità reali del settore turistico, in risposta alle necessità dei viaggiatori. Esercitandosi nel ricoprire ruoli differenti, i partecipanti riusciranno a sviluppare un’efficace strategia di trasformazione del turismo digitale.

Questo corso della durata di 4 giorni costituisce, infine, una preziosa opportunità per incontrare prestigiosi professionisti del settore turistico, condividere le proprie opinioni ed espandere la propria rete di conoscenze. Il presidente del Centro di Imprenditoria e Innovazione della IE, Juan José Güemes, ci tiene a specificare che “Le odierne agenzie di viaggio tradizionali necessitano di cambiare e adottare strategie di start-up innovative se desiderano competere con efficacia nella nuova era cognitiva e digitale”. È dunque chiaro che il percorso di apprendimento nell’ambito del turismo digitale è un processo continuo e senza fine, e che solamente le strategie migliori saranno in grado di coinvolgere e stupire i viaggiatori, generando i risultati finanziari e commerciali desiderati.

Date: 2016-01-27

Article link: <http://www.tourism-review.it/generare-crescita-nell-era-del-turismo-digitale-news4874>