



2° edizione
Festival del Turismo
Extralberghiero

**Pionieri
di Felicità**

13_14 Novembre 2024





ERNESTO TORSELLO

*Fondatore
ENVISION*

Rimini 13_14 Novembre 2024





I DATI SONO IL SEGRETO DEL SUCCESSO

Come massimizzare la visibilità online
senza spendere un patrimonio e
mantenendo il controllo sulle attività



www.viverediturismofestival.it



1 NUMERI: QUESTI SCONOSCIUTI



I NUMERI NON MENTONO

ma è ciò che facciamo con essi che può fare la differenza.

Tasso di conversione di una campagna pubblicitaria online: 2%



SAD

L'obiettivo della campagna era di ottenere un CR del 5%



HAPPY

Tasso di conversione medio nel settore per campagne simili è dell'1%



VERY HAPPY

Se il mercato turistico è in declino, un tasso del 2% è da considerarsi eccellente!

COSA NON SUCCEDERÀ



2 PASSATO E PRESENTE



UNISCI I PUNTINI

 PIÙ STRUMENTI

 PIÙ INFORMAZIONI

 MIGLIORI DECISIONI

GOOGLE ANALYTICS

Tool gratuito per analizzare il sito web

Fornisce dati dettagliati sulle visite e altre KPI

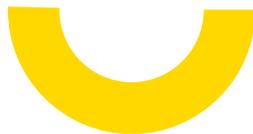
Aiuta a prendere decisioni strategiche basate su dati reali



- **ACQUISIZIONE**
- **COINVOLGIMENTO**
- **DATI DEMOGRAFICI**
- **MONETIZZAZIONE**
- **CONVERSIONI ED EVENTI**

PMS, BOOKING ENGINE E CHANNEL MANAGER

- PREVENTIVI, PRENOTAZIONI E RICAVI
- DATI DEMOGRAFICI
- PRENOTAZIONI OTA E DATI CONCORRENZA



Channel
Manager



Booking
Engine



Preventivi



PRENOTAZIONI

VARIABILI ESTERNE

Quali secondo voi?



VARIABILI ESTERNE

- METEO
- POLITICA
- ECONOMIA
- SOCIETÀ
- TREND - MODA



3 DATI PREVISIONALI



I DATI PREVISIONALI

possono anticipare le esigenze dei clienti e ottimizzare le strategie



DESTINATION INSIGHT

Offre una panoramica sui comportamenti di viaggio e le tendenze emergenti.



GOOGLE TRENDS

Fornisce dati sulle ricerche online degli utenti, aiutando a monitorare l'interesse per destinazioni specifiche.



AI

Consente di analizzare grandi quantità di dati in tempo reale, identificando tendenze e comportamenti.

DESTINATION INSIGHTS

Scopri le tendenze di viaggio in tempo reale e prendi decisioni strategiche



DATI IN TEMPO REALE

Fornisce aggiornamenti in tempo reale sui comportamenti di viaggio e sull'interesse per specifiche destinazioni.



ORIGINI DEI VISITATORI

Consente di monitorare da quali aree geografiche provengono i potenziali visitatori, facilitando una pianificazione strategica mirata.



CONFRONTI TRA DESTINAZIONI

Offre la possibilità di confrontare l'interesse verso diverse destinazioni, aiutando a individuare trend emergenti.

DESTINATION INSIGHTS

Scopri le tendenze di viaggio in tempo reale e prendi decisioni strategiche

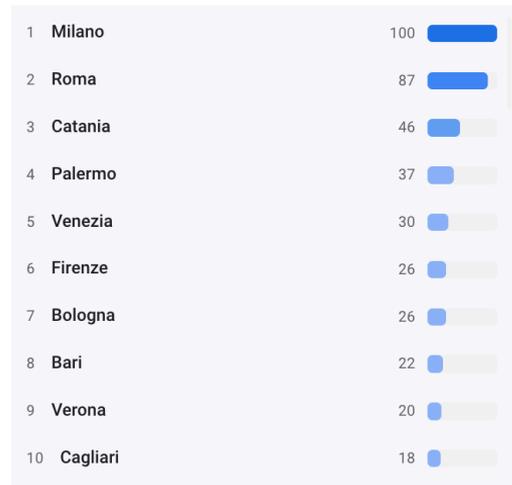
FONTI IN ENTRATA IN ITALIA



LA CITTÀ PIÙ RICHIESTA (MONDO)



LA CITTÀ PIÙ RICHIESTA (ITALIA)



DATI: NOVEMBRE 2024

GOOGLE TRENDS

Il futuro è nei dati: anticipa le tendenze con Google Trends



TENDENZE GLOBALI E LOCALI

Consente di seguire l'evoluzione delle ricerche su scala globale o locale, aiutando a identificare le destinazioni emergenti o stagionali.



PREVISIONE COMPORAMENTO

Google Trends offre indicazioni preziose su ciò che i turisti stanno cercando, fornendo spunti per adattare le strategie di marketing e i servizi offerti.

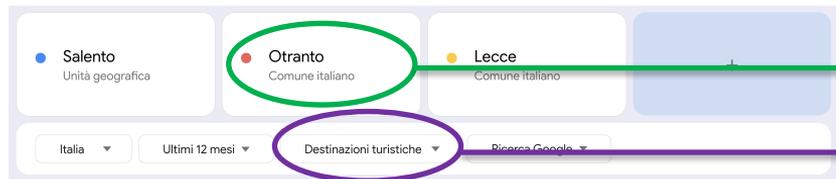


FACILE E GRATUITO

Facile da usare, accessibile a chiunque, e fornisce informazioni immediate, permettendo anche a piccole imprese di ottenere dati utili senza costi aggiuntivi.

GOOGLE TRENDS

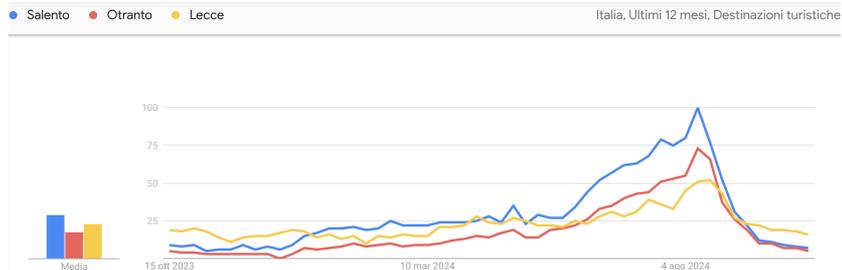
Il futuro è nei dati: anticipa le tendenze con Google Trends



Selezionare dal suggest «comune italiano» per le ricerche delle destinazioni.

Selezionare «Destinazioni turistiche» nella tipologia di ricerca.

INTERESSE NEL TEMPO



ANALISI DI CONFRONTO PER SOTTOREGIONE

Salento Otranto Lecce

Ordina: Interesse per Salento



INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Potenzia le tue decisioni con l'intelligenza artificiale: innovazione al servizio dell'efficienza.



PERSONALIZZAZIONE AVANZATA

L'AI può analizzare grandi quantità di dati per offrire esperienze personalizzate in base alle preferenze individuali.



AUTOMAZIONE E EFFICENZA

L'AI automatizza processi ripetitivi, riducendo il carico di lavoro umano e migliorando l'efficienza operativa.



ANALISI PREDITTIVA

Grazie alla capacità di analizzare tendenze e comportamenti passati, l'AI può fare previsioni accurate su domanda futura.

INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Potenzia le tue decisioni con l'intelligenza artificiale: innovazione al servizio dell'efficienza.

CASO STUDIO – RESIDENCE SALENTO

CLIENTE

- Residence nel Salento
- 20 appartamenti
- Turismo stagionale: Giugno – Settembre
- Vendita: Gennaio - Settembre

STRATEGIA DIGITAL

- Google ADS
- Social
- Meta ADS
- Newsletter
- SEO

TABELLA EXCEL

Abbiamo estratto i dati da Google Analytics, PMS, Booking Engine e condizioni meteo passate e future.

PASSATO (MARZO 2024)

- Traffico sito web
- Tempo medio permanenza
- Preventivi
- Prenotazioni
- Tasso di Conversione
- Ricavi
- Temperatura Media
- Condizioni Meteo

FUTURO (APRILE 2024)

- Temperatura Media
- Condizioni Meteo



Cliente Residence					
#	Data	Traffico sito web	Preventivi	Prenotazioni	Tasso di conversione
1	2024-03-01T00:00:00	307	14	0	0
2	2024-03-02T00:00:00	294	12	1	0.00340
3	2024-03-03T00:00:00	325	7	0	0
4	2024-03-04T00:00:00	308	16	2	0.00649
5	2024-03-05T00:00:00	308	12	0	0
6	2024-03-06T00:00:00	289	18	3	0.01038

Ho un residence nel Salento di 20 appartamenti. Con le seguenti informazioni:

- target: coppie o famiglie
- i clienti hanno un budget medio settimanale di 1.500 euro
- la struttura è aperta solo 4 mesi l'anno: da giugno a settembre
- le prenotazioni partono da gennaio e terminano sotto data a settembre

Ti sto passando un file con i dati di marzo 2024 di Google Analytics, PMS, Booking Engine e le condizioni meteo dei miei clienti nel mese in esame. Ho aggiunto anche i giorni di aprile con le previsioni meteo. Avrò bisogno di una proiezione sulle prenotazioni ad aprile e un consiglio su come ottimizzare i miei budget su Google ADS.



Il file contiene dati di marzo 2024 riguardanti traffico sul sito web, preventivi, prenotazioni, tasso di conversione, ricavi, e informazioni meteo giornaliere, inclusi la temperatura media e le condizioni meteorologiche. Procederò ora con la proiezione delle prenotazioni per aprile e offrirò consigli per ottimizzare il budget Google Ads sulla base di queste informazioni.

MATERIALE



VIVERE DI
TURISMO
FESTIVAL

GRAZIE

