

Punti distintivi:

- si occupa in maniera esclusiva di strutture ricettive di montagna
- nella promozione degli hotel, punta alla qualità dei clienti e non alla quantità supportando l'idea che un cliente di qualità, renderà un'entrata durevole nel tempo e quindi un aumento del fatturato più stabile e continuativo nonché un ottimo passaparola.
- si basa su un marketing sostenibile ovvero volto ad attirare un target di persone di "qualità" ossia rispettose della montagna. Un marketing sostenibile inoltre mira a ridurre il sovraffollamento dei luoghi di interesse nei dintorni della struttura.
- tende a centralizzare la gestione del marketing dell'intera struttura

1) TARGET:

Dati demografici: Albergatori di montagna, uomini e donne tra i 35 e i 60 anni.

Interessi: montagna, ambiente, turismo, strutture ricettive, business.

Valori: rispetto per l'ambiente, amore per la montagna, sostenibilità, puntare alla qualità dei clienti e non alla quantità.

2) COME SI INFORMA IL CLIENTE:

Essendo un target di un'età piuttosto avanzata, spesso si affida al passaparola o viene colpito da pubblicità e video sui social.

In alcuni casi si affida ai figli o conoscenti giovani che gli danno consigli.

3) DUBBI E TIMORI DEL CLIENTE:

Perchè devo affidarmi ad un'agenzia di marketing se fino ad oggi ho avuto comunque dei clienti? Perchè devo affidarmi proprio a questa agenzia? Posso fidarmi di questa persona? Come faccio a sapere se funzionerà?

4) COMPETITORS:

- HRM Consulting Hospitality Solutions → bel sito - fanno marketing esclusivo per hotel ma non specifico per montagna - sono solo su fb e linkedin - pochi followers e pochi like
- Dolomities Web → sito semplice ed intuitivo - lavorano in zona dolomiti e per lo più con hotel ma non solo (o meglio non è specificato) - social fb-ig-tiktok- sui social mostrano soprattutto i lavori che fanno - abbastanza followers
- Digitalianlab → sito troppo semplice e poco curato - fanno marketing esclusivo per hotel ma non specifico di montagna (anche se la maggior parte dei lavori fatti sono in zone montane) - instagram non aggiornato e post fatti male - sono più attivi su facebook
- Brandnamic - sito molto bello - fanno consulenza per hotel (ma non solo) in alto adige - parlano soprattutto in tedesco - hanno anche un campus e i post dei social oltre a essere in tedesco, sono centrati sul campus e sull'agenzia in generale.

Piattaforme di comunicazione:

Facebook - Linkedin - Instagram - Youtube - TikTok

STRATEGIA PER DOMANDA LATENTE

→ Rivolta ad albergatori che non sono presenti sul web con la loro struttura ricettiva (oppure che sono presenti ma lo hanno fatto "male" ed in modo autonomo) e che quindi sono interessati a migliorare la loro presenza e la loro immagine online ed a promuoversi per ottenere un aumento del fatturato, ma non sanno come iniziare.

- 1) VIDEO INFORMATIVI SU YOUTUBE / TIKTOK (DA RIPOSTARE POI SUGLI ALTRI CANALI SOCIAL)
- 2) POST INFORMATIVI E CAROSELLI SU FB / IG / LINKEDIN

Temi:

- Spiegare il mio punto di vista riguardo al marketing sostenibile cercando di toccare la sensibilità delle persone riguardo alla salvaguardia delle nostre montagne.
- Spiegare cos'è il marketing e come lo applico alle strutture ricettive
- Spiegare perché il marketing oggi è fondamentale soprattutto quello digitale
- Spiegare perché affidarsi a me e non ad un'agenzia qualsiasi
- Spiegare perché scegliere di affidarsi a un professionista per la gestione del marketing e soprattutto perchè scegliere me
- Spiegare le fondamenta del marketing in modo da istruire l'utente finale riguardo ai servizi che posso offrire

STRATEGIA PER DOMANDA DIRETTA

→ Rivolta ad albergatori che già mi seguono oppure che hanno visto dei miei contenuti e sono decisi ad intraprendere un percorso di marketing digitale sostenibile che stanno scegliendo a quale agenzia o freelance rivolgersi.

- 1) SPONSORIZZATE DI VIDEO INFORMATIVI E PROMOZIONALI SU YOUTUBE / TIKTOK (DA RIPOSTARE POI SUGLI ALTRI CANALI SOCIAL)
- 2) SPONSORIZZATE DI POST INFORMATIVI E PROMOZIONALI SU FB / IG / LINKEDIN

Temi:

- Elenco di vantaggi nel scegliere di affidarsi a me piuttosto che a un'altro professionista/agenzia
- Descrizione e dettagli dei vari pacchetti di servizi disponibili
- Promozioni
- Recensioni e portfoli di lavori svolti
- Testimonianze e collaborazioni

Azioni da intraprendere per **Brand Attraction**:

- Parlare a fondo della mia causa e del mio pensiero
- Farmi conoscere personalmente in modo da creare vicinanza con chi mi segue e mi vede ed ispirare fiducia
- Spiegare step by step come si svolgerà il processo di lavoro con me cercando di trasmettere più trasparenza possibile.
- Spiegare quali sono i vantaggi di intraprendere un percorso di marketing con me e cosa lo contraddistingue dagli altri percorsi.

Azioni da intraprendere per **Brand Reputation**:

- Inizialmente non avendo la possibilità di far vedere lavori già svolti e recensioni, fare dei contenuti in cui faccio vedere dei risultati ideali e obiettivi ipotetici di raggiungimento.
- In un secondo momento, quando disponibili, far vedere recensioni, testimonianze e casi studio.
- Cercare di collaborare con enti pubblici o personaggi pubblici/influencer che sostengono la causa della salvaguardia dell'ambiente attraverso una promozione sostenibile dell'ambiente.
- Ideare una sorta di certificazione di "marketing sostenibile" da conferire a chiunque si affidi a me in modo da attribuire il giusto valore al percorso.

Azioni per **aumentare la fase di acquisto**:

- Offrire sconti alle prime strutture che si rivolgono a me per iniziare il percorso e che si fidano di me.
- Comunicare la disponibilità di solo 5 posti esclusivi per iniziare per primi il percorso con me ad un prezzo scontato.
- Rendere l'utente consapevole del miglioramento e dei benefici che comporterebbe un percorso di marketing con me, non solo alla sua struttura ma anche all'ambiente circostante.

Azioni per **aumentare la fase di sostegno**:

- Dare la possibilità di usufruire di percorsi o servizi aggiuntivi a prezzi scontati a chi lascia una recensione.
- Regalare un servizio aggiuntivo in prova per un mese a chi si presterà a fare una video testimonianza.

COPY PER SOCIAL (DOMANDA LATENTE)

1. Tra 3 anni le strutture ricettive di montagna non esisteranno più. Ecco come il turismo d'assalto sta distruggendo le montagne. Gli albergatori possono essere i primi portavoce di una vera rivoluzione. PER UTENTI FREDDI
2. Come si possono promuovere le attività locali senza cadere nella trappola della promozione di massa fatta dai travel influencers? Ecco il primo metodo di marketing sostenibile. PER UTENTI TIEPIDI
3. Ma perchè il metodo promozionale dei travel influencers è dannoso per l'ambiente? Puntare sulla quantità spesso è molto dannoso. La qualità del cliente è l'unico obiettivo di un marketing sostenibile. PER UTENTI FREDDI
4. Hai una struttura ricettiva in montagna? Ecco come promuoverla nel rispetto dell'ambiente. PER UTENTI CALDI
5. Caro albergatore di montagna, applica un metodo di marketing sostenibile e sii il primo a fare la differenza, permettendo che le montagne possano incantare anche le generazioni future. Ecco come iniziare fin da subito. PER UTENTI CALDI

TITOLI E SNIPPET PER MOTORI DI RICERCA (DOMANDA DIRETTA/CONSAPEVOLE)

Titoli

1. Marketing per hotel di montagna
2. Marketing sostenibile hotel
3. Promozione montagna hotel
4. Clienti di qualità per hotel
5. Strategia marketing hotel

Snippet

1. Marketing per hotel sostenibile, mirato, strategico. Ultimi 5 posti al -40%. Approfittane ora.
2. Aumenta gli incassi del tuo hotel. Clienti di qualità e fatturato garantito. La rivoluzione in 3 mesi.
3. Marketing rivoluzionario e sostenibile per strutture ricettive di montagna. Hotel B&B Chalet.

POST PER I SOCIAL:

- 1° POST PER FASE DI AWARENESS

Tra 5 anni le strutture ricettive di montagna non esisteranno più a causa del turismo d'assalto generato dai travel influencers che sta distruggendo le nostre montagne, giorno dopo giorno.

Gli albergatori possono essere i primi portavoce di una vera rivoluzione.

Per saperne di più: www.ileniazagato.it



La rivoluzione del marketing in montagna.

[SCOPRI DI PIU'](#)

- 2° POST CONSIDERATION

Come si possono promuovere le attività locali e le strutture ricettive di montagna senza cadere nella trappola della promozione di massa?

Scopri il primo metodo di marketing sostenibile -> www.ileniazagato.it



Marketing sostenibile per hotel di montagna.

[SCOPRI DI PIU'](#)

- 3° POST FASE DI CONVERSION

Caro albergatore di montagna, applica un metodo di marketing sostenibile e sii il primo a fare la differenza, dando così la possibilità alle montagne di incantare anche le generazioni future.

Ottieni la certificazione e incrementa il fatturato con clienti di qualità.

Fai la differenza-> www.ileniazagato.it



Aumenta il fatturato del tuo hotel.

[ACQUISTA ORA](#)