

ESTRATTO CONTENUTO PROGETTO BANDO INVITALIA

L'idea in sintesi

Funtasting è una multi sided business platform per la composizione e la prenotazione di pacchetti esperienze turistici. Nasce per offrire agli operatori dell'accoglienza uno strumento che permetta un'interazione semplice ed efficace coi clienti nel preparare e presentare loro pacchetti esperienziali completi. Il servizio può essere rivolto anche ai turisti più dinamici ed intraprendenti, per permettergli di comporre la propria esperienza.

I target sono:

1. - il mondo dell'hotellerie e della pa hotellerie (dagli hotel, ai b&b, ai campeggi, ai glamping agli affittacamere, ai residence, ecc.);
2. - commercianti, artigiani, titolari di attività sportive, escursionistiche, naturalistiche, titolari di locali per il divertimento e per la ristorazione, ecc.
3. - clienti turisti che programmano una vacanza in un dato territorio (o la stanno già trascorrendo) e desiderano arricchire il loro soggiorno con esperienze attive e pacchettizzate coerentemente coi loro gusti e i loro desideri.

Per i B2B i vantaggi sono rappresentati da: vasta scelta di esperienze, senza perdersi tra i vari siti di prenotazione; immediatezza nel reperire informazioni; immediatezza della prenotazione; sicurezza delle transazioni; assistenza personalizzata.

Per i B2C i vantaggi sono rappresentati da: visibilità maggiore per le proprie offerte; rete tra i vari attori turistici; pagamenti puntuali mensili; contatto diretto tramite I nostri KAM.

Le esperienze rivolte agli utenti finali saranno molteplici e di tutti i tipi, come ad esempio: raccolta nei campi; sport avventurosi (speleologia e canyoning); passeggiate a cavallo sul mare; trekking; aperitivi in barca; degustazioni in collina; tour dei borghi.

Grazie ad Funtasting:

- dal lato consumatore finale, si avranno tutti gli strumenti e le risorse per organizzare il proprio tempo libero e le proprie vacanze, senza dover attendere conferme ed avendo in un unico luogo tutte le risposte alle loro esigenze;
- dal lato operatore turistico, si avrà la possibilità di fornire risposte rapide e soddisfacenti alle esigenze del cliente che ha scelto una destinazione per le proprie vacanze e che ora cerca di renderle, ovviamente, indimenticabili;
- dal lato di chi offre servizi esperienziali di qualsiasi natura, si avrà la possibilità di essere visibili e di poter essere rapidamente coinvolti nei progetti e nelle richieste degli utenti finali.

L'innovatività del progetto consiste principalmente, anche se non esclusivamente, nel creare e unire, attraverso il portale, una rete di diversi operatori turistici quali: strutture ricettive, tour operator, attività enogastronomiche, organizzatori di eventi, guide turistiche e naturalistiche, creatori di esperienze, società sportive outdoor e quanti, in maniera professionale, svolgono attività di alto appeal per turisti e locali alla ricerca di esperienze nel territorio in cui si trovano.

In sintesi, l'idea è quella di utilizzare soluzioni tecnologiche e digitali per l'ottimizzazione della supply chain e quindi consentire di contenere e monitorare tutta la filiera e tutti gli attori coinvolti.

ESTRATTO CONTENUTO PROGETTO BANDO INVITALIA

Da un punto di vista tecnico e organizzativo, Fun Tasting consiste in:

- una tecnologia di ricerca, analisi e matching delle informazioni presenti in Rete riguardo all'offerta turistico-esperienziale,
- un portale che funga da interfaccia utente multi sider (ossia rivolta sia agli utenti finali che agli operatori turistici e a chi offre esperienze),
- una rete commerciale che permetta di diffondere l'utilizzo del sistema e che lavori sostanzialmente al potenziamento della cultura turistica locale,
- un team di lavoro che possa garantire un costante e aggiornato funzionamento del sistema e un'assistenza totale e tempestiva al cliente.

Gli obiettivi del progetto e i fabbisogni a cui si intende rispondere.

La VISION del progetto è di cambiare i processi base del mercato turistico di un territorio e di divenire un punto di raccordo e amplificazione dell'offerta locale, che permetta agli operatori di agire efficientemente e con tempestività rispetto alle esigenze del cliente, e al lato della domanda di esperienze turistiche di vivere le proprie vacanze in modo completo e soddisfacente, senza grandi sforzi organizzativi.

La MISSION di Funtasting è quella di divenire un importante portale di prenotazione nell'Area del Centro-Sud Italia, per poi crescere a livello nazionale.

Funtasting può generare un fatturato di circa 80.000€ per il primo anno, crescente successivamente fino a circa 160.000€ di fatturato al 3°-4° anno. Questi totali sono stati prudenzialmente calcolati partendo dal numero totale di strutture ricettive presenti sul territorio regionale (più di 5.500) e dal numero totale di posti letto disponibili (più di 200.000), passando poi a calcolare una percentuale di adesione minima ad Funtasting, pari al 5% del totale degli operatori e a un altrettanto prudenziale numero di pacchetti venduti ai turisti e di affiliazioni attivate con i creatori di esperienze. Infine, da questi calcoli è stata per il momento esclusa la componente consulenziale che può essere erogata nei confronti degli operatori, che però rimane, soprattutto per il futuro, un elemento strategico e di creazione di fatturato di elevata importanza.

Al momento l'offerta turistica presente sul territorio è varia, il che è un bene, ma ha il risvolto negativo di essere molto frammentata: i turisti o i locals che sono alla ricerca di nuove esperienze da poter vivere durante i loro viaggi ed il loro tempo libero, devono impiegare risorse, tempo ed energie (o farle spendere agli operatori delle strutture che li ospitano), cercando di scegliere tra la moltitudine di offerte che si possono trovare online, perdendosi tra i vari siti e, a volte, non trovando la possibilità di effettuare una prenotazione diretta ed immediata senza dover aspettare le tempistiche di risposta ad una mail di richiesta informazioni, o ad una telefonata.

Le azioni chiave Fun Tasting prevede la piena libertà di scelta da parte degli utenti, anche perché il suo ruolo non è di creazione diretta di pacchetti esperienziali ma di interconnessione tra la domanda e l'offerta, andando dunque a sviluppare un sistema di velocizzazione, ottimizzazione e massimizzazione dei rapporti turista-territorio.

Le prime azioni necessarie consistono dunque nel creare un network di affiliati tra chi offre esperienze (di vario genere, dall'attività sportiva e parasportiva outdoor, all'artigianato, agli organizzatori di eventi, alle associazioni culturali, agli enti ambientali e di tutela del territorio, ai ristoranti, ai musei, ai circoli, ai vari locali e così via).

Si deve lavorare alla nidificazione del portale o all'inserimento del link ipertestuale in tutti i siti delle strutture ricettive che aderiranno all'offerta portata: inizialmente, si tratterà di un insieme di azioni di social media marketing, supportata anche da una campagna di mailing e

ESTRATTO CONTENUTO PROGETTO BANDO INVITALIA

da contatti diretti; successivamente, è previsto il supporto dell'azione di divulgazione commerciale da parte di agenti specializzati.

Le azioni sono però anche rivolte alla continua evoluzione del cuore di Fan Tasting, ossia il portale, per semplificare l'approccio, il colpo d'occhio e l'interfaccia utente, nonché per agevolare ulteriormente la customer journey, sono stati previsti, oltre alla possibilità di ricerca completamente libera, dei filoni di indirizzo delle possibili esperienze pallettizzabili, chiamati linee e così organizzati:

- Linea Easy per esperienze veloci, a portata di mano e di prezzo competitivo
- Linea Fun per esperienze più costruite e di maggior spessore sportivo
- Linea Privilege per esperienze che puntino sul lusso, sul turismo industriale e sullo shopping
- Linea Optima per esperienze articolate che mixino natura, buona cucina, cultura e benessere

L'affiancamento delle linee alla scelta libera coadiuverà anche le politiche di prezzo: verrà automaticamente associato, infatti, ad ognuna di esse un prezzo che è in verità il margine di intermediazione, ossia il 10% che viene chiesto agli operatori. Tale ammontare unitario rappresenta un 10% del valore medio delle transazioni associate ai vari pacchetti esperienziali componibili dall'utente.

Gli obiettivi attesi consistono nella progressiva creazione del network di strutture e operatori già durante le fasi finali di testing del portale, per essere operativi per Marzo del 2023; il fatturato si genererà rapidamente, poiché il fabbisogno è già manifesto e Fun Tasting rappresenta un metodo digitale efficace per rispondere in modo semplice e rapido a tali esigenze.

CONGRUITÀ DEL PIANO DELLE SPESE

Come già accennato in precedenza, il piano di spese programmato si concentra principalmente nell'investimento per la realizzazione tecnica del portale e per il mantenimento costante delle sue piene funzionalità online, oltre che nei costi e negli investimenti nel marketing (soprattutto a livello digital e social media) per il posizionamento strategico del brand e la creazione del network di strutture e operatori. I tempi di sviluppo del portale e del suo motore di ricerca interno, così come i tempi di reazione medi del mercato rispetto al social media marketing e alle digital strategies, sono perfettamente allineati con la deadline della piena operatività prevista per la primavera-estate 2023.

Sono previsti:

- investimento per il portale;
- acquisto di un Server Cloud e di un PC per eseguire lo storage di elaborazione di applicazioni e informazioni, oltre che per il backup dei dati e dei file.
- investimenti per l'Innovation Manager, per l'integrazione delle nuove tecnologie nel processo aziendale, consulenze specialistiche sul marketing strategico, la comunicazione d'impresa e ingegneria reputazionale;
- diverse altre voci minori di spesa;
- circa 6 mesi di sviluppo della tecnologia web necessaria e di sviluppo del network di contatti.

Le caratteristiche digitali di Funtasting sono incentrate sullo sviluppo di canali online per l'interconnessione e l'intermediazione commerciale e l'adozione di tecnologie per la

ESTRATTO CONTENUTO PROGETTO BANDO INVITALIA

condivisione elettronica di informazioni all'interno e all'esterno (verso clienti e fornitori) dell'azienda, oltre che sullo sviluppo di applicazioni e canali digitali per il marketing e la comunicazione, il networking e la collaborazione tra operatori del sistema turistico territoriale.

Funtasting è una piattaforma multi sided, ossia che si rivolge ed interagisce contemporaneamente con le strutture turistiche, gli operatori esperienziali dell'intrattenimento, l'artigianato, il commercio e la ristorazione e coi loro clienti, fungendo dunque non semplicemente da interfaccia di connessione tra la domanda e l'offerta turistica territoriale, ma anche da promotore, integratore e amplificatore delle potenzialità turistiche locali e delle potenzialità esperienziali a vantaggio del turista.

Per fare questo, la componente tecnologica è presente in vario modo:

- il portale è un sistema di visualizzazione integrata delle offerte esperienziali disponibili, facendo matching tra quanto presente dal lato operatori ed eventi e allineandolo con le esigenze espresse dal lato turisti;
 - si integra in vario modo con la presenza on line degli operatori dell'accoglienza e del turismo, fungendo da centro di raccolta e visualizzazione delle informazioni e delle offerte;
 - permette l'integrazione dell'offerta di esperienze, favorendo le sinergie tra gli operatori, lo sviluppo di network di collaborazione e il raggiungimento delle masse critiche strategiche per la visibilità e l'efficacia sul mercato;
 - dato il suo ruolo, nasce con la capacità di divenire anche centro di divulgazione per la promozione del territorio, per iniziative di innovazione e destagionalizzazione, per la creazione di gruppi di interazione, per la redazione e l'invio di newsletter e house organ di settore e territoriali.

Per rendere possibile tutto ciò, occorre lavorare su tre cardini fondamentali:

1. La strutturazione del motore di ricerca e matching del portale;
2. L'interfaccia utente per il funzionamento del motore di ricerca e l'accessibilità del portale;
3. L'azione commerciale per la creazione del network, che ovviamente migliora la sua efficacia all'aumentare delle strutture e degli operatori interconnessi, con una massa critica minima che va raggiunta il prima possibile.

Sulla base di questi fabbisogni, le voci di spesa programmate e le tempistiche di realizzazione le previsioni risultano perfettamente congrue.