



## Destination Management e marketing territoriale

Come promuovere un territorio e una città utilizzando le leve del marketing ma senza considerarli un prodotto o un servizio qualunque; allo stesso tempo, valutare quanto il sistema economico locale possa trarre beneficio dalle vocazioni naturali del territorio e da una attenta e personalizzata promozione della destinazione turistica

Vendi un'esperienza di viaggio

docente **MILENA COLOMBINI**

### Obiettivi

Con le dovute attenzioni, i fondamentali del marketing delle aziende possono e devono essere utilizzati anche nelle azioni di promozione delle destinazioni turistiche.

Il percorso propone un metodo per individuare e conoscere gli elementi distintivi di un luogo, per analizzare cosa vuole il cliente-turista e per creare un'indispensabile e coordinata collaborazione fra gli operatori pubblici e privati per rispondere alle esigenze del mercato.

Il percorso si completa con un laboratorio pratico in cui costruire un piano di marketing della destinazione e della singola realtà aziendale o organizzazione.

Si parlerà della strategia di promozione e di comunicazione, del monitoraggio, e si accennerà alla "correzione" del modello: i bisogni del cliente mutano continuamente e la proposta e la sua comunicazione devono stare al passo.

### Argomenti

#### PRIMA PARTE

Durata: 8 ore

- La destinazione come prodotto turistico
- Analisi della destinazione turistica
- Che cosa vuole il turista: i fattori che motivano la scelta di una meta turistica:

l'accoglienza, la ricettività, l'informazione, l'accessibilità, le attrazioni e l'immagine

turistica di un luogo.

Fattori push e pull

- Attività di gestione del territorio attraverso la valorizzazione delle

#### DURATA TOTALE:

12 ore

#### NUMERO PARTECIPANTI:

8

#### CALENDARIO:

dal: 06/10/2022

al : 25/10/2022

#### TERMINE ISCRIZIONI:

29/09/2022

#### MODALITÀ DI SVOLGIMENTO:

WEBINAR

#### REFERENTE DEL CORSO:

Federico Sferrazza  
federico.sferrazza@formart.it  
051 / 7094911

#### QUOTA DI PARTECIPAZIONE:

300.00 € + IVA

Il corso sarà realizzato solo al raggiungimento del numero minimo di iscritti.  
Le date potrebbero subire variazioni.



risorse, l'equilibrio socio-ambientale, la strategia competitiva

- Il processo di gestione strategica del territorio: cooperazione tra attori pubblici e privati
- Il ruolo del marketing territoriale: dagli itinerari turistici al marketing digitale
- Modelli e strategie

## SECONDA PARTE

Laboratorio guidato - durata 4 ore

- Effettuare una attività di check e di scouting, che porti alla mappatura del patrimonio culturale, dei brand, dei prodotti caratteristici del territorio;
- Definire un piano di marketing per i singoli operatori e un piano di marketing per il "sistema" e per le "reti"

### Destinatari

- aziende e organizzazioni del territorio interessate a creare valore per il turista e ad incrementare le opportunità di business creando situazioni "multifunzionali" dove, a fianco dell'attività primaria (artigianato, produzioni agroalimentari ecc..) si sviluppi un'attività turistica o forse, meglio detto, una proficua vetrina del patrimonio del luogo.
- giovani laureati o diplomati che vogliono occuparsi di governo del territorio e di turismo.

### Calendario

Il corso si svolgerà in **modalità webinar**.

### Docenti

#### Milena Colombini

Ha maturato una lunga esperienza in azienda come Professionista di Marketing e Comunicazione, anche in ambiti internazionali. Attualmente si occupa di Marketing delle Destinazioni Turistiche e di consulenza e formazione nell'ambito della valorizzazione del territorio: delle sue aziende e dei suoi prodotti (food, artigianato, servizi). Scrive per "Formazione Turismo" e partecipa come speaker ad eventi del settore come la Borsa internazionale del Turismo di Milano (BIT).



FORMart sede di BOLOGNA, Bologna, Via Ronco, 3 - Castel Maggiore (BO)

**T. 051-7094911** - info.bologna@formart.it - www.formart.it



Cercaci su

