



Dall'informazione alla fruizione: l'ecosistema turistico digitale

Paolo Conta- CEO Laser Informatica
paolo conta@laser-group.com



organizzato da



in collaborazione con



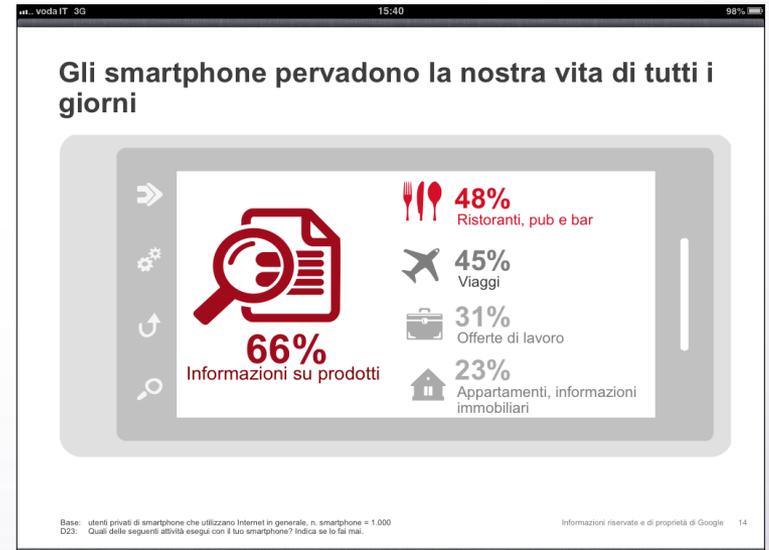
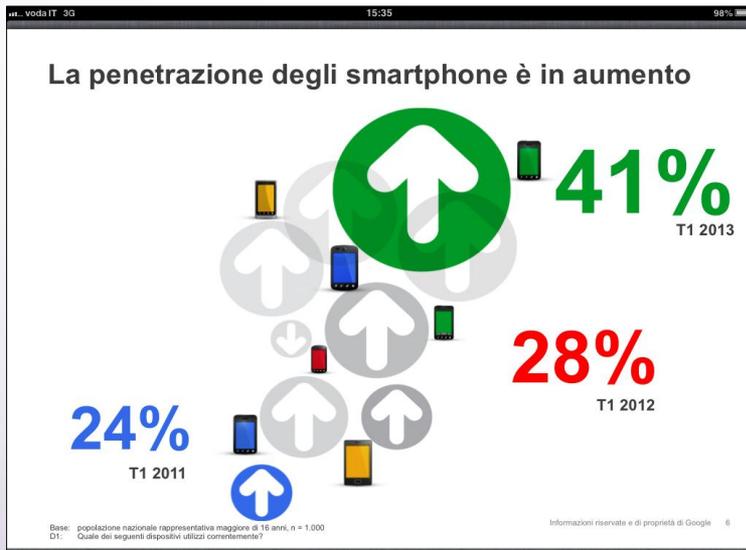
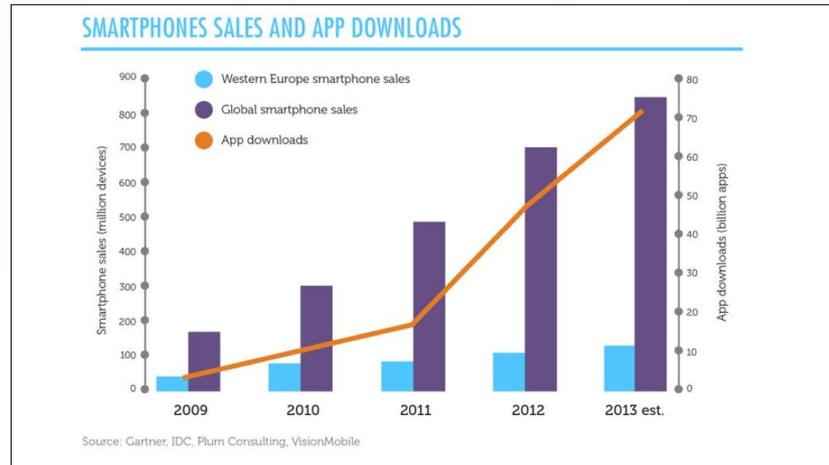
con il contributo di



Città di Ivrea

Qualcosa sta cambiando

Siamo solo all'inizio



Quanta informazione!

Ognuno sgomita per farsi vedere

- Le informazioni disponibili sono molte, ma contenute in scatole separate
 - Esiste il rischio di duplicazioni
 - Esiste il rischio di incongruenze



- La titolarità dell'informazione è conservata gelosamente
- Molto spesso il turista deve saltare da una fonte ad un'altra anche con un problema di valutazione di affidabilità (riconoscimento dei diversi marchi)



Ma il turista cosa si aspetta?

La fruizione dell'informazione

- **Fruizione:** (dizionario Sabatini Coletti): disponibilità e godimento di un bene o di un servizio
- Il modello: teleriscaldamento + cipolla
- Un punto di accesso unico, ma non una trasposizione del web
- Riconoscimento di un marchio di territorio
- Informazioni integrate: POI, parking, bus, bike
- Servizi integrati
 - Vedo la descrizione di un sito
 - Gestisco la prenotazione
 - Pago l'ingresso



Manca un pezzo?

La fidelizzazione

Oggi esiste uno sbilanciamento tra le fasi

1. Attrarre il cliente: promozione (web, social, pubblicità)
2. Soddisfarlo: erogazione servizio (esercizi commerciali, servizi locali)

Ma il cliente deve tornare!



L'importanza della fidelizzazione: quale miglior strumento dello smartphone?

- Notifiche push
- Tessere fedeltà digitali (raccolta punti, sconti, concorsi,...)
- Promozioni speciali anche personalizzate



Cosa facciamo?

Integriamo prima le competenze

- L'integrazione delle competenze:
 - Dominio-Tecnologiche: es. chi lavora per la conservazione dei beni culturali con chi sviluppa software
- Tra privati sono vere e proprie alleanze commerciali
- Il pubblico assume un forte ruolo di indirizzo:
 - Unicità del marchio
 - Integrazione delle fonti



Il ruolo della tecnologia

Da solista a sottofondo del coro

- La tecnologia è un'opportunità, non un obiettivo
- Per l'utilizzatore un ecosistema digitale deve essere
 - Trasparente
 - Facilitante
 - Gradevole
 - Divertente
- E' richiesta l'integrazione di competenze:
 - Grafica
 - Marketing
 - Comunicazione



Una vacanza in Perù

Il primo impatto con un ecosistema turistico

- Succedeva una dozzina d'anni fa a Cuzco
 - Moltissima collaborazione
 - Nessuna tecnologia.....



**ma una grande coscienza comune
del valore del bene turistico**



OCOVA AlpMedNet Forum

dove la tecnologia è opportunità
là où la technologie est une opportunité

IVREA 5-6 Dicembre 2013

organizzato da



in collaborazione con



con il contributo di



Città di Ivrea