



ISNART



In collaborazione con le Camere di Commercio di
*Alessandria, Asti, Biella Vercelli, Cuneo, Novara,
Torino e Verbano Cusio Ossola*

FAR RIPARTIRE IL TURISMO, DA PROTAGONISTA

***“Come gestire la crisi per
tornare a far business”***

Massimo Feruzzi





ISNART



L'ATTUALE QUADRO NAZIONALE ED INTERNAZIONALE

Coinvolgimento **planetario**: tutti nella stessa situazione

Turismo primo settore colpito; sarà anche l'ultimo ad uscirne

Sistema di **mobilità** bloccato, con lenta ripartenza

Affermazione dei **fenomeni** di:

- staycation (*località vicine, conosciute, facilmente raggiungibili e con caratteristiche di familiarità*)
- daycation (*surrogato di vacanza, perché vissuto in località turistiche ma per periodi brevissimi*)
- cocooning (*la ricerca di luoghi chiusi e sicuri, come in un nido, da vivere in maniera indipendente*)



ISNART



A LIVELLO NAZIONALE, IL TURISMO



Tutte le Destinazioni e gli Operatori della filiera puntano al mercato di prossimità, locale ed iperlocale



Molte Destinazioni stanno investendo extra-budget per sostenere il settore



Il settore MICE partirà con estrema lentezza
Out anche gli eventi...pochi e solo per pochi



Estremamente scarso il livello di prenotazioni dei voli aerei* (-68,5%) nel periodo giugno/agosto 2020 in Italia



Nel 2020 si prevede una riduzione del -41% di visitatori totali, pari a -47 Milioni di arrivi e -154 Milioni di presenze*



Possibile effetto rimbalzo nell'ultimo trimestre del 2020

* Enit su dati Forward Data – maggio 2020



ISNART



IL NUOVO PARADIGMA MENTALE ED ECONOMICO DELLA SOCIETÀ

Stanchezza e sofferenza: *obbligo di vivere una "diversa normalità"*

Ricerca di serenità mentale e *necessità di assicurazioni sanitarie*

Alto interesse per un viaggio: *il 78,7% dichiara di "averne bisogno"**

Ferie "consumate" e quindi *limitate per il resto del 2020*

Difficoltà economiche: *dalla cassa integrazione ad un "bimestre nero"*

Stand by per spese extra, *rallentamento per quelle standard*

La vacanza perde il suo valore di *"bene primario"*

* Panorama Turismo JFC – Rilevazione sugli Italiani - 24/30 giugno 2020



ISNART



ELEMENTI CONDIZIONANTI, OGGI

Turismo = relazione tra le persone

Ipocondria, agorafobia

**Riduzione dei sistemi di mobilità collettiva
(aereo, treno, pullman)**

**Elevato desiderio di fuga/evasione dal quotidiano
("quotidiano" degli ultimi mesi)**

**Richiesta di informazione in crescita,
basso il tasso di conversione**

**L'attesa diventa prenotazione last second
(tanto c'è posto)**



ISNART



OGGI, COSA SI CERCA IN UN SOGGIORNO/VACANZA?



Open air, natura e landscape

Spazi individuali, dedicati a sè

Servizi personalizzati, tailor made

Sicurezza e assistenza

Aggregazione, folla

Approssimazione e genericità

Servizi standard, uguali per tutti

Messaggi non chiari sulla sicurezza sanitaria





ISNART



29/06/2020
Pag. 31 N.25 - 29 giugno 2020

la Repubblica
AFFARI & FINANZA

Fuori dai circuiti

La rivincita estiva del turismo slow meno mare, più monti triplica la campagna

IRENE MARIA SCALISE

Gli agriturismi pronti ad aprire sono tra il 50 e il 100% a seconda delle regioni ma spesso mancano i ristoranti e ci sono grandi difficoltà con i bonus vacanze. Le spiagge perdono 10 punti e la montagna balza al 24,8% delle scelte.

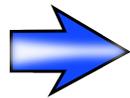


ISNART



QUINDI:

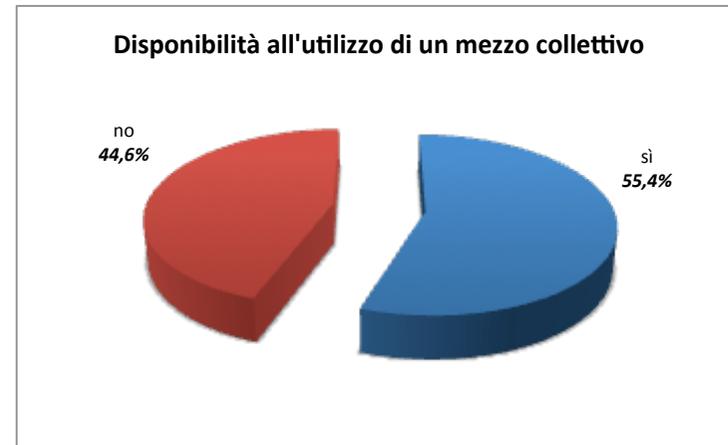
1. Concentrarsi sulla clientela che si muove in auto



riduzione dei sistemi di mobilità collettiva

NB

la quota di coloro che affermano la loro **non disponibilità all'utilizzo di un mezzo collettivo** (quindi pullman, aereo o treno) durante l'estate è pari al 44,6%

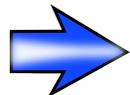


2. Fare riferimento alla clientela individuale



garantire attenzioni personali ed individuali

3. Avere come focus la clientela fidelizzata



costituisce la base più sicura sulla quale lavorare



ISNART



IL GIUSTO APPROCCIO AL MERCATO

- 1.** Il primo contatto deve essere “delicato”, di avvicinamento
un saluto per manifestare di esserci e di aspettare proprio lui/lei
- 2.** Presentare nuovi servizi e l’attenzione dedicata alla sicurezza
valorizzare le novità e garantire un servizio “rassicurante”
- 3.** Creare intrattenimento (non solo legato all’azienda)
nuovi approcci per mantenere viva la conoscenza (stories, video)
- 4.** Fare engagement
translare l’informazione fornita in opportunità di acquisto



ISNART



IL GIUSTO APPROCCIO AL MERCATO

- 5.** Rafforzare il rapporto di amicizia con i propri Ambassador
far sì che diventino ancora di più nostri promoter

- 6.** Per i nostri clienti, torniamo all'antico: rapporto umano, in primis
"il telefono, la tua voce"

- 7.** Think human
le attività digital valgono se connesse al think human

- 8.** Proposte Tailor made
dedicare ad ogni cliente una proposta altamente personalizzata



ISNART



ATTENZIONE ALLE DIVARICAZIONI DEL MERCATO

ricerca di buon prezzo

Cresce la percentuale degli Italiani che, in visione delle vacanze estive 2020, si mettono "a caccia" di offerte speciali, promozioni e sconti, condizionando il proprio periodo di vacanza anche sulla base di queste opportunità

Vs

ricerca di servizi qualitativamente elevati

Aumenta, all'esatto opposto, la quota di coloro che attribuiscono il valore della scelta alla prevalente presenza di servizi di alta qualità, fortemente tailor made. Per questi Italiani il prezzo non è elemento condizionante

ricerca di "rassicurazione" sanitaria

Condizionati dall'emergenza sanitaria che abbiamo vissuto, una buona quota di Italiani desidera sì andare in vacanza, ma in luoghi che sappiano essere soprattutto rassicuranti, dal punto di vista sanitario. Non, però, ospedalizzati

Vs

ricerca di divertimento socializzante

D'altra parte, invece, esplose il desiderio - soprattutto degli under 30 - di ritrovare e rivivere i luoghi del divertimento estivo, che sono stati loro negati nel periodo del lockdown. Per loro è fondamentale tornare a socializzare



ISNART



ATTENZIONE ALLE DIVARICAZIONI DEL MERCATO

ricerca di iperconnessi

Tutto ciò che è digital rappresenta, per una quota sempre crescente di Italiani, un approdo al quale fare riferimento per avere informazioni, avviare o mantenere relazioni, effettuare pagamenti, etc.
Alta è la richiesta di iperconnessione

Vs

ricerca di relazioni sociali più umane

Aumenta, al contrario, coloro che - almeno in vacanza - si allontanano dal digitale per riscoprire relazioni umane più intime, sia internamente - con la propria famiglia - sia esternamente - con la comunità nella quale si trovano in vacanza

ricerca di un approdo sicuro

Si verifica come, in fase post Covid-19, sia elevata la quota che identifica nella struttura ricettiva il punto di collegamento con il territorio. Pertanto, se la struttura è capace di garantire sicurezza, allora da lì si parte per vivere il territorio

Vs

ricerca di un castello protetto

Al contrario, si alza la quota di quegli Italiani che identificano sì la struttura ricettiva come l'approdo al territorio, ma poi lo trasformano nel proprio castello, vivendo tutto all'interno, con un'interazione minima con il territorio circostante



ISNART



COSA COMUNICARE

Usare termini e concetti "familiari"

➡ controvalore positivo: si crea una relazione intima

Usare termini "piccoli"

➡ controvalore positivo: è per pochi, non per la massa

La narrazione non basta, serve "vedere"

➡ controvalore positivo: video e pillole di verità

Trasmettere un "legame" con il territorio

➡ controvalore positivo: le eccellenze diventano plus

Far percepire "lentezza"

➡ controvalore positivo: godere il valore tempo



ISNART



GLI ERRORI DA NON COMPIERE NELLA COMUNICAZIONE

Concentrarsi su termini "sanitari" e "sicura"

➔ controvalore negativo: ospedalizzazione, generalizzazione

Comunicare che "andrà tutto bene"

➔ controvalore negativo: sappiamo che non è stato così

Usare il termine "sconto"

➔ controvalore negativo: abbiamo difficoltà e svendiamo

Trasmettere messaggi che citano il "coronavirus"

➔ controvalore negativo: allontanamento psicologico

Descrivere i "protocolli"

➔ controvalore negativo: riconducono al Covid-19



ISNART



PROVVEDIMENTI ANTI-COVID19 #STAYHEALTHY

La salute dei nostri ospiti e quella dei nostri collaboratori sono le priorità che guidano quotidianamente le nostre decisioni. Per questo ci siamo adeguati alle normative vigenti ed abbiamo assunto provvedimenti personalizzati sulla base delle raccomandazioni dell'Organizzazione Mondiale per la Salute (OMS) al fine di garantirvi una **vacanza rigenerante e serena**, lontana da preoccupazioni e paure che hanno caratterizzato gli ultimi mesi. A tal fine abbiamo pensato di lavorare nella massima trasparenza e di pubblicare il nostro **protocollo di sicurezza**, che verrà aggiornato ed alleggerito in base agli sviluppi della attuale situazione sanitaria che stiamo monitorando costantemente su diversi fronti.

DISPOSITIVI DI SICUREZZA:

- **termo scanner** a infrarossi di ultima generazione per il rilevamento della febbre
- tutto il nostro personale indosserà dispositivi di sicurezza come **mascherine e guanti** per garantire la propria sicurezza e quella dei nostri ospiti
- dispositivi di **gel disinfettante** a disposizione degli ospiti in varie aree della Casa
- i nostri spazi permettono distanze di **sicurezza** garantite negli spazi comuni
- **divisori in plexiglas** nelle aree di contatto per evitare ogni tipo di contagio

SANIFICAZIONE DEGLI AMBIENTI:

- regolare areazione e **rigorosa sanificazione** con attrezzature certificate di camere, bar, beauty, ristorante e punti di contatto
- **disinfezione regolare** delle maggiori arie di contagio come interruttori, maniglie e porte, banconi, ecc.
- sigillo **Cristallo Clean Room** per indicare che nessuno ha avuto accesso alla camera dopo la procedura di pulizia

RESTAURANT FOOD & BEVERAGE:

Le nostre aree di ristorazione sono molto ampie e consentono di mantenere le distanze di sicurezza previste dalla normativa vigente. Al fine di una maggiore sicurezza provvederemo:

- alla **riduzione dei numeri dei tavoli**
- ad offrire il servizio **pranzo-bistrot in giardino**
- ad offrire il servizio in camera-**room service** (su prenotazione)
- a posizionare **separatori in plexiglas nelle zone buffet** dove il cliente potrà scegliere cosa desidera ordinare e verrà servito direttamente dal nostro staff anziché in modalità self service



ISNART



. VACANZE SICURE GARANTITE .

Offriamo **ampi spazi** all'interno e nei dintorni del nostro resort e la nostra priorità assoluta è la **massima igiene** in tutte le aree, perché il vostro benessere ci sta a cuore. Abbiamo preso tutte le precauzioni per garantirvi un **soggiorno sicuro e allo stesso tempo rilassante**, perché vogliamo che i giorni che trascorrerete nel nostro resort, siano per voi un'autentica vacanza, senza pensieri, anche in un anno così particolare.



MASSIMA IGIENE & PULIZIA
E SANIFICAZIONE CONTINUA
DEGLI AMBIENTI



ONLINE CHECK-IN



PENSIONE GOURMET 3/4
CON PIATTI REGIONALI



OGNI GIORNO ESCURSIONI
GUIDATE A PIEDI E IN
MOUNTAIN BIKE E
AVENTURE NELLA NATURA



NATURA IMMENSA E
INCONTAMINATA DELLE
DOLOMITI NELL'AREA
PATRIMONIO MONDIALE
UNESCO PIÙ VASTA
DELL'ALTO ADIGE



ALCUNE CAMERE E SUITE
DISPONGONO DI SAUNE
PRIVATE E JACUZZI



ISNART



5 MOSSE PER COMPETERE, OGGI

1. flessibilità

prenotazioni, condizioni, cancellazioni, pagamenti, rimborsi

2. trasparenza

informare con correttezza sulla "vivibilità" del territorio

3. servizi aggiuntivi

nuove opportunità open air: pic-nic, food delivery, etc.

4. opzione "private"

possibile "privatizzazione" per tribù, gruppi, famiglie

5. upgrading

un plus (non si "abbassa" il prezzo ma si "alza" il servizio)



ISNART



5 GARANZIE DA OFFRIRE, OGGI

1. assicurazione

garantire concretamente un'alta attenzione alla salute

La sicurezza sanitaria deve essere percepita (dal cliente) ma non manifestata

2. coerenza

essere lineari tra ciò che si propone e ciò che si offre

3. spazi personali ed individuali

rassicurare i clienti sull'ampiezza degli spazi (anche esterni)

4. tecnologia digitale

nuovi supporti digitali a servizio degli ospiti

5. eccellenze e reti territoriali

tutto ciò che è valore territoriale (prodotti, luoghi, etc.)



ISNART



PRODOTTI TEMATICI CON APPEAL POST COVID-19

1. slow

movimento leggero, da *consumare* open air

2. outdoor

la natura e la possibilità di trascorrere tempo all'aperto

3. identità locale

prodotti sempre più locali, homemade

4. nuova socializzazione e "rete fiduciaria"

più profondità nella relazione con la comunità locale

5. piccoli valori locali

piccole località, borghi e tutto ciò che è a "controllo visivo"



ISNART



Piemontescape

ORIGINAL OUTDOOR EXPERIENCE

ENGLISH VERSION

HOME

CHI SIAMO

TERRITORIO ▾

CICLOTURISMO

ESCURSIONISMO

OSPITALITÀ E SERVIZI

PROPOSTE TURISTICHE

INFO & CONTATTI



Piemontescape

SCOPRI TUTTI I PERCORSI CICLOTURISTICI

Original
Outdoor
Experience



LA COMPLESSITA' GESTIONALE



ISNART



L'IMPORTANZA DI RIMANERE SUL MERCATO

“quest'anno resto chiuso; non incasso ma almeno non perdo denaro”

INVECE, DA SUBITO:

1. si perde la “presenza” sul mercato
2. si rischia la perdita del patrimonio “clientela fedele”
3. il personale si “disperde”

E POI:

1. anni di investimenti e posizionamento che vanno in fumo
2. l'azienda perde valore
3. la ripartenza nel 2021 sarà ancora più dura e richiederà più sforzi

UNICA POSSIBILE CONCESSIONE:

verificare se ridurre i servizi, ma mai la qualità!



ISNART



NATURALMENTE

Sostenibilità economica dell'azienda

I piccoli imprenditori

- gestione prevalentemente familiare
- rapida capacità di adattamento
- ottimizzazione delle spese aziendali

MINUS: difficoltà a riposizionarsi

I medi/grandi imprenditori

- revisione del proprio business plan
- riposizionamento veloce sui canali distributivi
- forte potenza promo-commerciale

MINUS: costi fissi elevati



ISNART



GARANTIRE QUALITÀ. SEMPRE!

Perché:

- l'attenzione dei clienti è diventata più elevata
- aumenta anche la loro sensibilità
- richiedono servizi con un plusvalore

Vince chi non si dequalifica né sulla Qualità né sul Prezzo

- chi non abbassa il valore qualitativo
- chi non si pone su politiche di dumping
- chi non abbassa la professionalità delle risorse umane

Qualità, oggi:

- materiale (servizi, prodotti, etc.)
- immateriale (valore della relazione)
- attenzioni (prodotti homemade, service dedicati, etc.)



ISNART



Nei poderi di famiglia e nei giardini dei nostri alberghi, l'ulivo è protagonista come simbolo di benessere e longevità.
 Con la sua bellezza austera ogni giorno tramanda il valore fondamentale dell' accoglienza, la generosità.
 Per questo ne raccogliamo i frutti e produciamo l'Olio, uno dei doni più preziosi del Mediterraneo, alla base di una nutrizione che unisce gusto e benessere.



On the family farm and in the gardens of our hotels, our olive trees are the protagonists; a symbol of well-being

www.selecthotels.it

THE PERFECT EXPERIENCE *Batani*



COLTIVAZIONE NATURALE NATURAL FARMING

I prodotti che trovi sul buffet della colazione e gli ingredienti utilizzati dai nostri Chef per la preparazione di deliziose ricette, dagli antipasti ai dessert fino alle confetture fatte in casa, sono tutti di primissima qualità:

- FRUTTA E OLIVE
- VERDURA E ORTAGGI
- UOVA



Cibi freschi e lavorati che provengono direttamente dalla Fattoria Batani nell'entroterra cesenate e dall'orto montano nell'appennino toscano romagnolo.

Qui, da oltre 20 anni coltiviamo secondo metodi naturali e la consegna giornaliera a tutti gli alberghi entro poche ore dalla raccolta assicura massima freschezza e sapore.

RISTORAZIONE SOPRAFFINA GOURMET DINING

The products found on the breakfast buffet and the ingredients used by our skilled Chefs while preparing their delicious dishes, from starters to desserts, homemade jams and marmelades, are all top quality:

- FRUIT AND OLIVES
- VEGETABLES AND GREENS
- EGGS



Fresh food and products that come directly from the Batani Farm in the immediate inlands, and the vegetable garden in the Tuscan-Romagnolic hills.

For more than 20 years our natural farming products are delivered daily to our hotels just hours after harvesting, ensuring maximum freshness and flavor.





ISNART



L'IMPORTANZA DI MANTENERE IL POSIZIONAMENTO

Il ricordo del cliente parte dall'ultima esperienza

- il prossimo anno tutto verrà comparato all'esperienza di quest'anno: qualità e prezzo
- quello che si offre quest'anno sarà la base della percezione dei clienti il prossimo anno

Come migliorare il posizionamento:

- differenziare l'offerta
- proporre "villeggiature" (un ritorno all'antico) con formule moderne (smartworking)
- individuare un plus di unicità e lavorare su quello
- predisporre tematiche di prodotto legate all'identità del territorio

Attenzione: curare la reputazione online!!



ISNART



LA TOURISM INTELLIGENCE

1. conoscere, conoscere, conoscere

- *conoscere bene il nostro cliente pre Covid-19*
- *analizzare il cliente attuale: da dove proviene, quando prenota, cosa chiede come priorità*
- *ottimizzare il data base: massima segmentazione e definizione di nuovi items di classificazione*

2. ascoltare, ascoltare, ascoltare

- *essere vicini al cliente: non "fisica" ma "morale"*
- *confrontarsi con i colleghi*
- *dialogare con le istituzioni e gli enti*

Attenzione: alcune rilevazioni hanno ancora valore day by day



ISNART



LE STRATEGIE COMMERCIALI

1. agire sulla clientela diretta

azione ➔ disintermediare il più possibile

perché ➔ il cliente cerca un rapporto fiduciario diretto

2. recuperare la gestione delle prenotazioni online

azione ➔ allontanarsi dalle piattaforme online (OTA)

perché ➔ experience profilata e maggiore conoscenza

3. rafforzare l'azione relazionale con la messaggistica

azione ➔ utilizzo delle piattaforme di messaggi istantanei

perché ➔ velocizzare la gestione delle pratiche

4. bond e voucher

azione ➔ garantirsi una pre-vendita

perché ➔ fidelizzare il cliente

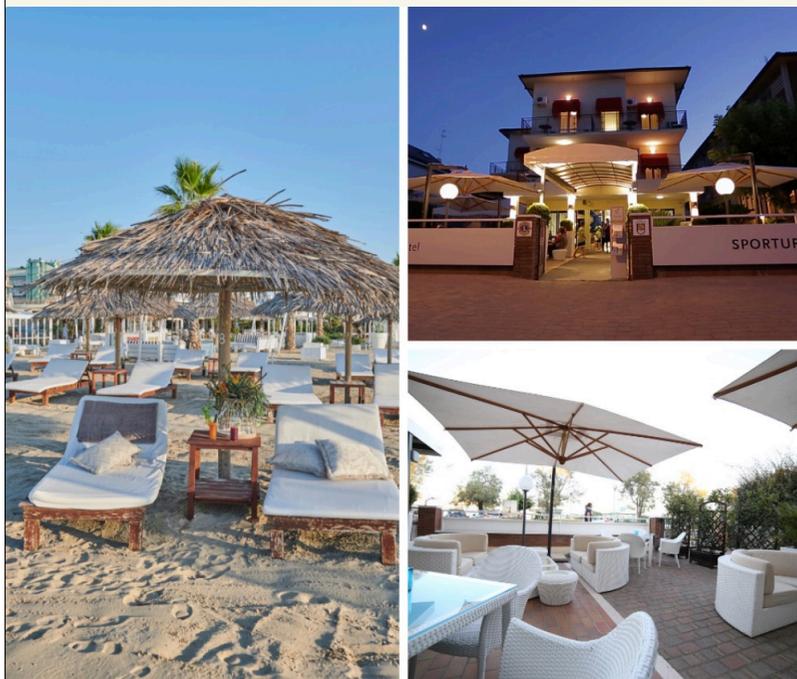


ISNART



CERVIA - MILANO MARITTIMA ★ ★ ★

Speciale Bonus Vacanze 2020



Allo Sportur Club Hotel puoi scontare il tuo **Bonus Vacanze 2020** e risparmiare fino a 500 euro!

Il Bonus è valido per tutta la stagione 2020 a partire dal **1° luglio** e il valore varia a seconda del nucleo familiare:

3 o più persone: € 500,00

2 persone: € 300,00

1 persona: € 150,00

Politiche di cancellazione flessibili, con possibilità di modificare o disdire la prenotazione, senza penali, dai 5 ai 7 giorni prima della data di arrivo.

Cosa aspetti?! Cogli l'occasione e vieni a goderti la tua vacanza sul mare di Cervia!!

ROMA
HASSLER
STAIRWAY TO HEAVEN

imàgo

MICHELIN STAR

Bond Imàgo Experience

Acquista un Voucher per due persone del valore di

€ 250,00

Potrai spenderlo per

**MENÙ DEGUSTAZIONE
CON
ABBINAMENTO VINI**

Valido fino al 30 Dicembre 2020 - escluse Festività - dalle ore 19:00 alle 22:30

Per informazioni e prenotazioni

Tel. +39 06 699 34 726 - E-mail: imago@hotelhassler.it

Hotel Hassler - Piazza Trinità dei Monti, 6 - 00187 Rome - Tel: 06 699 34 726



ISNART



LE STRATEGIE COMMERCIALI

5. pagamenti a rate

azione ➔ favorire l'acquisto di soggiorno/vacanza

perché ➔ per rasserenare sul fattore economico

6. assicurazione e tutela personale, "change the date"

azione ➔ tranquillizzare il cliente

perché ➔ per eliminare la paura di perdere denaro



EASY PAY

L'estate che hai sempre sognato a partire
da 100 euro al mese

Alto Adige. #miprendocuradime all'Hotel Muchele di Postal, nel meranese.

LA MIA VACANZA SICURA E NATURALE

SAVE THE DATE: 19 giugno 2020 si riapre con la formula "change date".

Tra le novità, messe in atto per il periodo, anche le **nuove politiche di cancellazione**, che permettono di annullare il soggiorno fino a pochi giorni prima della partenza senza penalità, e l'iniziativa "change the date" per garantire una maggiore flessibilità all'ospite che potrà in qualsiasi momento cambiare date e **posticipare la propria vacanza**.



ISNART



CANCELLATION POLICY

Termini di cancellazione delle prenotazioni

Tutte le prenotazioni devono essere accompagnate dal versamento di una **caparra confirmatoria**. L'ammontare della caparra è **solitamente pari al 30%** dell'importo del soggiorno **oppure** pari a **€ 500,00** in funzione della durata del soggiorno, da versare tramite carta di credito, bonifico bancario o vaglia postale.

La **caparra confirmatoria** è versata dall'ospite **per avere la garanzia** che all'arrivo la **camera** prenotata sia **disponibile**. **Quando la camera è prenotata e confermata** dall'ospite **con caparra l'ufficio prenotazioni del Hotel** **refuta ogni altra prenotazione** per quella camera, per onorare l'impegno preso reciprocamente con l'ospite. **L'Hotel NON applica mai la politica dell'OVERBOOKING.**

Per questo motivo le **cancellazioni in prossimità dell'arrivo**, i mancati arrivi e le partenze anticipate sono economicamente molto dannose alla gestione alberghiera. (Non teniamo camere in Overbooking per tutelarci dalle cancellazioni "sotto data"). In caso di cancellazione infatti è molto importante che **resti un lasso di tempo significativo (almeno 21 giorni)** per poter rivendere la camera ad altri clienti.

Penale di cancellazione applicabile alla caparra versata:

- **Fino a 21 giorni prima dell'arrivo:** nessuna penale;
- Da 20 giorni alla data di arrivo: verrà trattenuto l'intero importo della caparra;
- No show: in caso di no show (mancato arrivo) sarà addebitato l'intero importo della caparra;
- Interruzione del soggiorno: verranno conteggiati fino ad un massimo di 3 pernottamenti;

Le caparre versate **non vengono restituite**, ma nel caso di successiva rivendita della camera ad altro ospite vengono **mantenute valide per 12 mesi per un soggiorno successivo di uguale durata**.



ISNART



I CANALI DISTRIBUTIVI

1. i social network

- garantiscono rapidità di comunicazione
- permettono contatti cadenzati (un piano editoriale preciso)
- permettono messaggi personalizzati
- permettono di raggiungere target precisi (amanti dell'arte, tribù sportive, etc.)
- hanno un costo/contatto ridotto

2. il sito

- rivedere testi e foto (rafforzare concetti di sostenibilità, etc.; eliminare foto di affollamenti, feste aggreganti, etc.)
- booking engine per traslare prenotazioni sul sito
- sviluppare travel guide on line (blog) per trasmettere informazioni e novità
- newsletter (per raggiungere precisi target e tribù), etc.



ISNART



I CANALI DISTRIBUTIVI

3. il sistema dell'intermediazione commerciale

- non abbandoniamo, anzi rilanciamo in visione 2021
- cerchiamo intermediari sempre meno generici
- proponiamo offerte ad alto livello di experience
- riavviamo fiducia e relazioni con il sistema business

4. le nostre capacità relazionali

- contattare i clienti tradizionali
 - proponiamo offerte personalizzate
 - garantiamo presenza ed assistenza continua
 - nessun laccio e limite alla flessibilità
- riscopriamo vecchi clienti
- cerchiamo nuovi target



ISNART



7 REGOLE 7

1. RIMANERE SUL MERCATO
2. GARANTIRE QUALITA'
3. ESSERE "RASSICURANTI"
4. MIGLIORARE IL POSIZIONAMENTO
5. INDIVIDUARE NUOVE OPPORTUNITA'
6. PUNTARE SULLA DISINTERMEDIAZIONE
7. PIANIFICARE LE AZIONI
 - BREVE TERMINE
 - CON "VISIONE" 2021



ISNART



In collaborazione con le Camere di Commercio di
*Alessandria, Asti, Biella, Vercelli, Cuneo, Novara,
Torino e Verbano Cusio Ossola*

FAR RIPARTIRE IL TURISMO, DA PROTAGONISTA

.....a vostra disposizione.....

Massimo Feruzzi



Diritti di traduzione, memorizzazione elettronica, riproduzione e adattamento, totale o parziale con qualsiasi mezzo, sono riservati in tutti i Paesi - per informazioni info@jfc.it - 0546.6685578