

Il budget Marketing e Comunicazione del 2024 prevede un incremento di circa € 27.000,00 rispetto a quello approvato nel 2023 in quanto vengono ritenute fondamentali alcune azioni che vanno ad integrare quanto ad oggi realizzato e indirizzato alle personas di riferimento del sistema di parchi e musei.

Le azioni proposte si articolano su 3 fronti:

- Attività online, fondamentali per raggiungere i possibili clienti che ancora devono programmare la loro visita sul nostro territorio
- Attività offline, per indirizzare verso i parchi e musei i turisti già presenti sul territorio della Costa degli Etruschi e dintorni ma anche per potenziare il settore del turismo organizzato
- Attività di fidelizzazione del cliente, per incrementare il passaparola e l'eventuale ritorno sul territorio

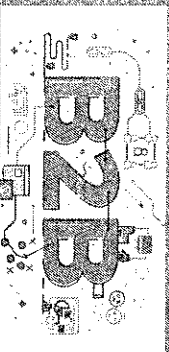
Di seguito i dettagli delle azioni proposte.

PARCHI VAL DI CORNIA SPA
DELIBERAZIONE CDA
N° 31 DEL 09/11/23

PARCHI VAL DI CORNIA SPA
IL PRESIDENTE

PARCHI VAL DI CORNIA SPA
IL SEGRETARIO

PRINCIPALI AZIONI MARKETING 2024



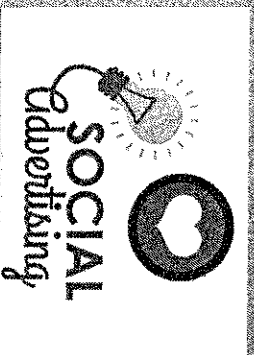
1. COMUNICAZIONE ONLINE

Sito come piattaforma B2B implementata nella lingua tedesca

- Sito pensato per indirizzare l'utente all'acquisto del biglietto e alla finalizzazione dell'acquisto, incrementando l'attività di **bigliettazione online con ticketlandia anche per Adv e T.O.**
- **Traduzione del sito in lingua tedesca:** nel 2021 è andato online il nuovo sito e nel 2022 la versione in lingua inglese. Adesso la versione in lingua tedesca è fondamentale per agevolare nella ricerca di informazioni e nella finalizzazione all'acquisto del biglietto da parte degli utenti di lingua tedesca, prima nazionalità tra i visitatori esteri del sistema di parchi e musei.

Campagna Ads su social e Google

- Proseguimento della campagna Ads per sostenere la programmazione di comunicazione organica e per incrementare gli accessi al sito internet.



PRINCIPALI AZIONI MARKETING 2024

2. COMUNICAZIONE OFF-LINE

AUMENTARE LA VISIBILITA' SUL TERRITORIO

Pannellistica e affissioni

- Affiancare alle affissioni di manifesti e poster sul territorio della Val di Cornia e comuni limitrofi ad alta densità turistica, attività ripresa nel 2022 dopo il periodo Covid, la dislocazione di cartellonistica pubblicitaria stradale e l'utilizzo di pannelli promozionali sui treni turistici in funzione nelle località balneari
- Si rende, inoltre, necessario aggiornare con le nuove strutture il pannello con cartina e informazioni sul sistema di parchi e musei e riposizionarlo in tutti i parcheggi del Parco costiero della Sterpaia e del Golfo di Baratti

Distribuzione materiale e presentazioni

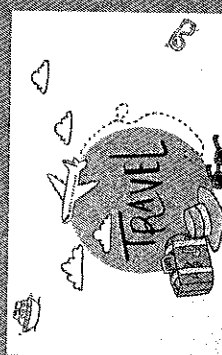
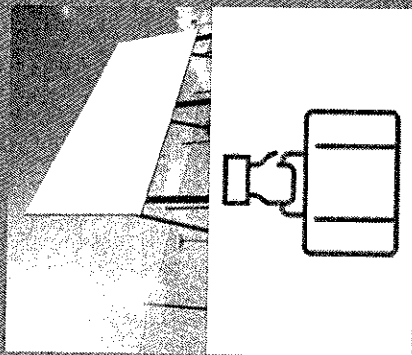
- Intensificare la distribuzione del materiale promozionale negli uffici turistici, nelle strutture ricettive e nei luoghi di alta frequentazione da parte dei turisti, con persona addetta a questa mansione specifica
- Programmare momenti di presentazione del sistema di parchi e musei nelle strutture ricettive più grandi del territorio della Val di Cornia, con persona addetta a questa mansione specifica

TURISMO ORGANIZZATO: adulti e scuole

- Utilizzare nuovo materiale specifico per il turismo organizzato nella comunicazione con T.O. e Adv, anche nell'ambito di fiere e workshop a cui partecipare autonomamente o tramite DMI dell'Ambito turistico Costa degli Etruschi
- Potenziare il servizio prenotazioni nei mesi compresi tra febbraio e maggio sia per supporto telefonico nell'organizzazione dei viaggi di istruzione che per contatti con Adv e T.O. che si occupano di turismo scolastico e turismo organizzato gruppi

FIERE E WORKSHOP

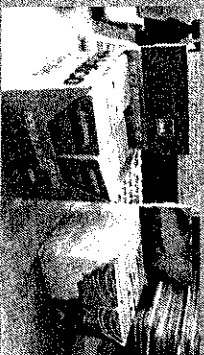
Per il 2024 è auspicabile la partecipazione a fiere di settore come TTG Italia e del settore aperto al pubblico rivolta a un pubblico interessato a turismo culturale e famiglie



PARCHI VAL DI CORNIA SPA
IL PRESIDENTE

PARCHI VAL DI CORNIA SPA
IL SINDACO

PRINCIPALI AZIONI MARKETING 2024



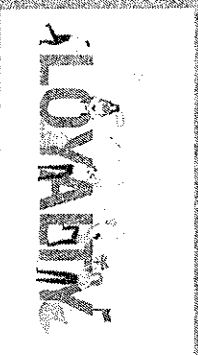
3. FIDELIZZAZIONE

Rapporti con gli operatori del territorio: **parcheoCard**

- Migliorare il funzionamento della **parcheoCard**, sia nel meccanismo di fruizione tra parchi e musei del sistema, sia con le strutture del territorio convenzionate
- Produrre **parcheoCard** in formato card + pieghevole illustrato che riporta funzionamento e elenco convenzionati
- Creare voucher da distribuire alle strutture convenzionate per incentivare i clienti alla visita utilizzando sia per ottenere lo sconto in biglietteria, sia per l'acquisto online del biglietto scontato

Incrementare il feedback dei clienti

- Incrementare la compilazione dei questionari di valutazione per avere dati utili per migliorare i servizi e sensibilizzare il cliente sull'importanza della sua opinione → fondamentale utilizzare al massimo il questionario online
- Affiancare all'invio regolare di newsletter divise per personas, una mail di ringraziamento dopo l'acquisto online del biglietto invitando a compilare il questionario online



PRINCIPALI AZIONI MARKETING 2024



NECESSITA' DI PERSONALE INTEGRATIVO

Per poter attuare le suddette azioni di marketing è necessario integrare l'ufficio marketing e comunicazione con due figure stagionali:

- Una persona in servizio da febbraio a novembre per supporto telefonico nell'organizzazione dei viaggi di istruzione, per contatti con Adv e T.O. che si occupano di turismo scolastico e turismo organizzato gruppi, per gestione newsletter turismo organizzato e individuali
- Una persona in servizio da giugno a settembre per la distribuzione del materiale promozionale e per le presentazioni del sistema di parchi e musei nelle strutture ricettive più importanti del territorio

PARCHI VAL DI CORNIA SPA
IL PRESIDENTE

PARCHI VAL DI CORNIA SPA
IL SEGRETARIO

