Progetto Smart Tourism: Modellizzazione del percorso sperimentato

White Paper

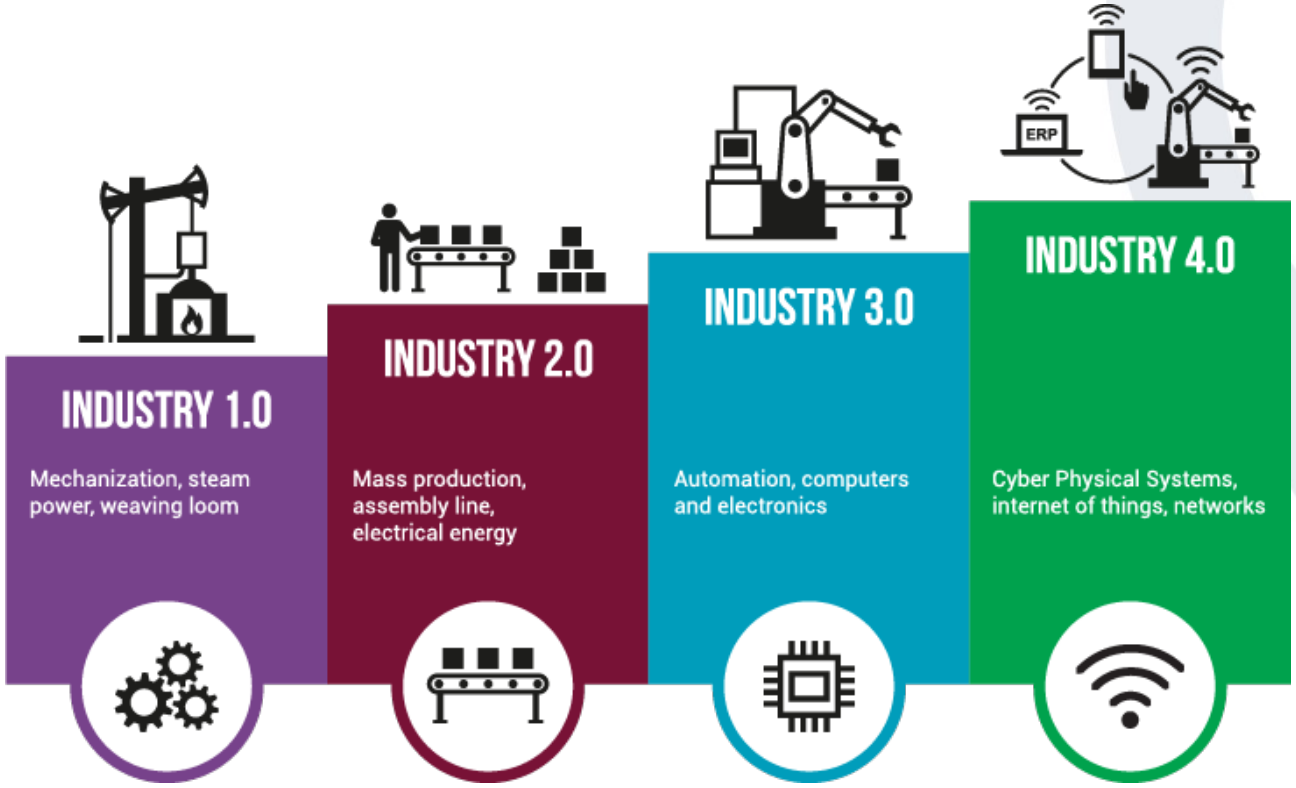
Prodotto T.3.3.1

Questo documento è il frutto dell'analisi dei risultati conseguiti dal progetto Smart Tourism.

Lo scopo del White Paper è di favorire il riuso degli strumenti realizzati grazie ad una modellizzazione del percorso sperimentato

Il White Paper capitalizza il Toolkit realizzato dal progetto Smart Destination

NUOVI MODELLI DI BUSINESS PER LE PMI TURISTICHE 4.0



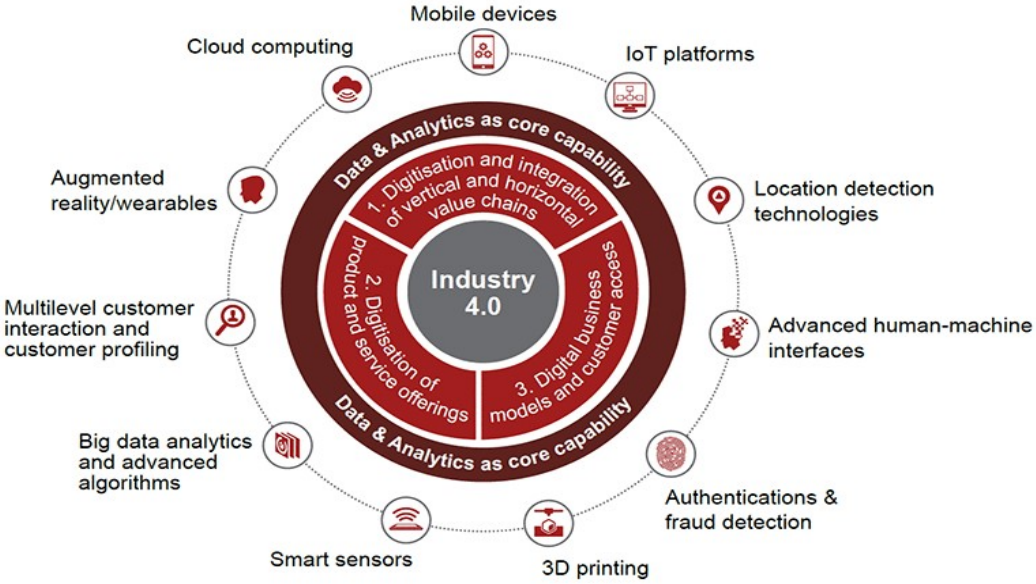
NUOVI MODELLI DI BUSINESS PER LE PMI TURISTICHE 4.0

Il percorso della *digital transformation* nel turismo porterà alla nascita di imprese turistiche 4.0.
Indipendentemente dal settore, ogni azienda lavora oggi in un mondo digitale, dove tutti i processi sono immersi in software, web, social media, email ecc
Il mondo digitale ha delle caratteristiche che impattano in maniera sempre più disruptive sulle dinamiche aziendali: velocità, annullamento delle distanze, scalabilità, customizzazione.
La rivoluzione digitale e le tecnologie abilitanti 4.0 stanno impattando su tutti i settori e la trasformazione digitale è una sfida per tutte le imprese.

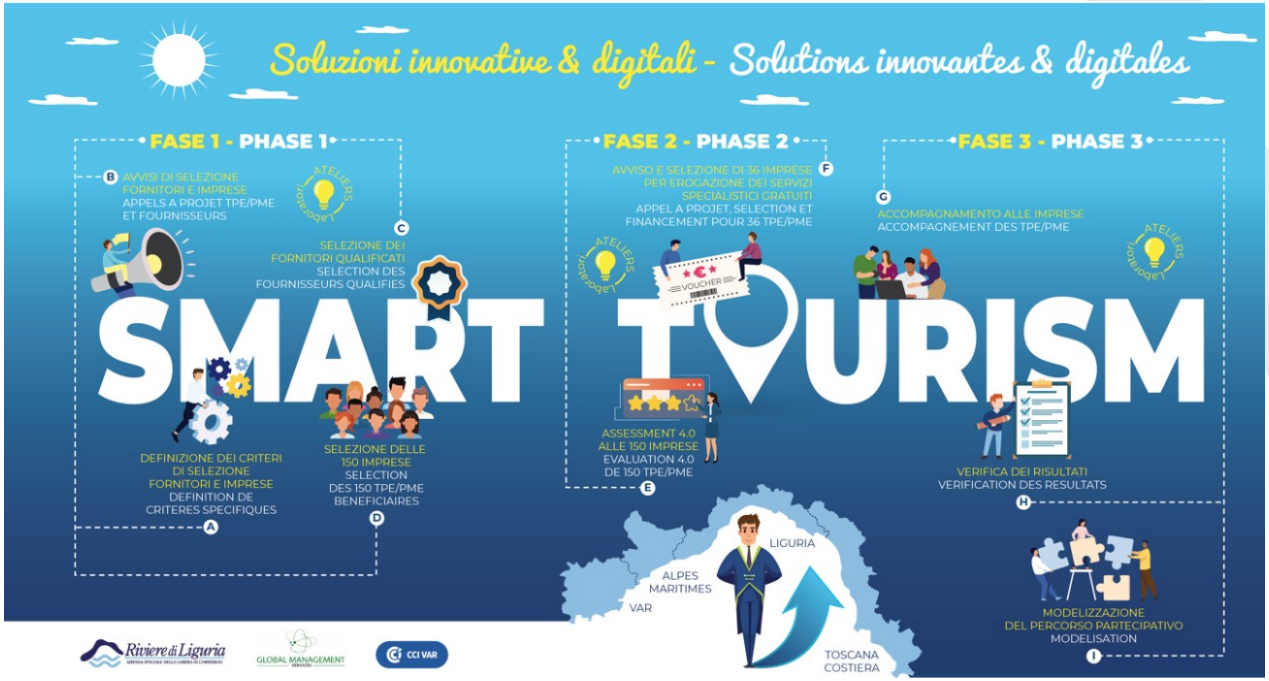
Le principali metodologie di sviluppo business oggi più diffuse si basano tutte su alcuni principi di base comuni:
•L'iterazione continua
•I cicli rapidi di feedback
•La centralità dell'utente/consumatore
•Le decisioni data-driven

NUOVI MODELLI DI BUSINESS PER LE PMI TURISTICHE 4.0

Rispetto alle tecnologie abilitanti del paradigma di Impresa 4.0 e alla trasformazione digitale non esiste una *taglia unica* per l'«abito 4.0» valida per tutte le aziende, quindi occorre partire da una chiara comprensione del proprio business e del grado di maturità digitale della propria azienda per poi definire un proprio percorso di cambiamento.

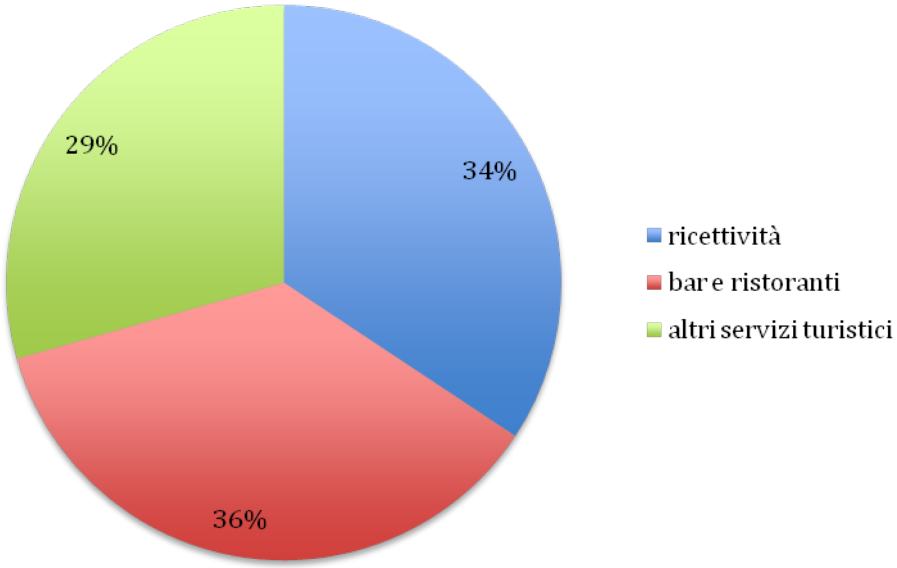


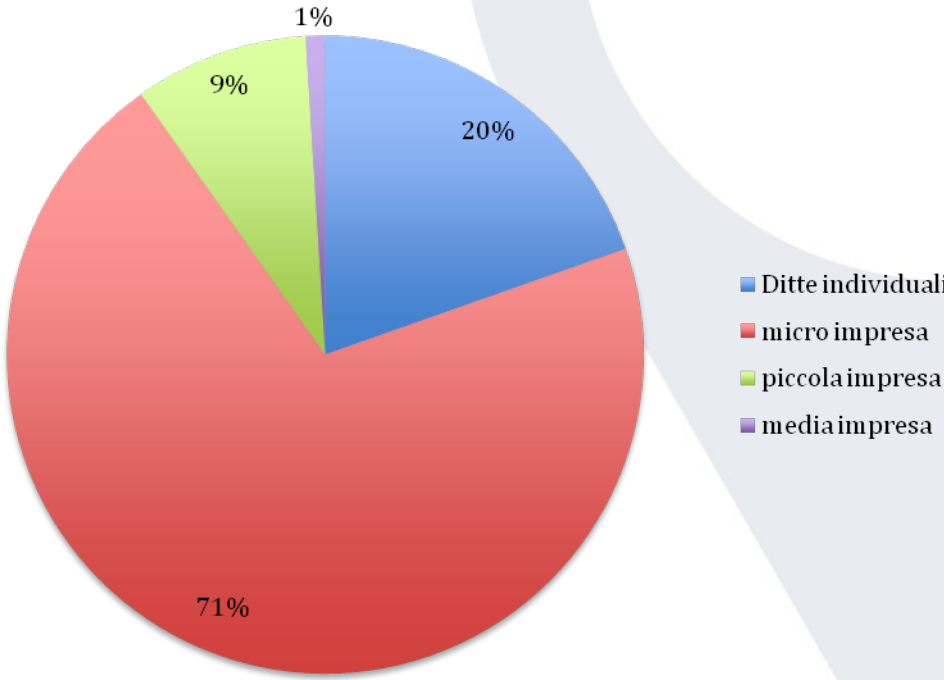
IL PERCORSO SPERIMENTATO DAL PROGETTO SMART TOURISM E I PRINCIPALI PRODOTTI REALIZZATI



IL PERCORSO SPERIMENTATO DAL PROGETTO SMART TOURISM

Partecipanti: Un centinaio di pmi così caratterizzate:





IL PERCORSO SPERIMENTATO DAL PROGETTO SMART TOURISM

STEP DEL SUPPORTO ALLA DIGITALIZZAZIONE DELLE PMI:

①Servizi di **Assesment 4.0** per aiutare le pmi turistiche a mettere a fuoco il loro livello di maturità digitale

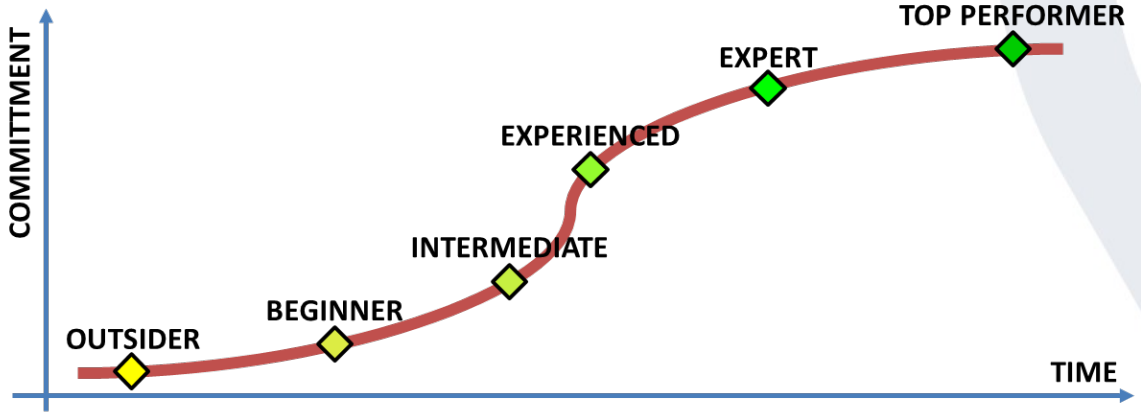
②Servizi di supporto alla definizione di **Roadmap 4.0** cioè un percorso ragionato di interventi per accrescere la competitività dell'impresa grazie alla digitalizzazione

③**Servizi consulenziali** di supporto alla realizzazione di progetti di digitalizzazione e innovazione basati sulle roadmap

PRINCIPALI PRODOTTI REALIZZATI

- Un **Questionario di Assessment 4.0** specifico per il settore turistico
- Un **format per i report degli Assessment 4.0** e **per definire una Roadmap 4.0** specifico per il settore turistico
- Un **Catalogo transfrontaliero di fornitori specializzati** nel settore turistico
- Un **Catalogo transfrontaliero dei servizi qualificati** specifici per le pmi turistiche coprogettato da 70 fra consulenti e pmi turistiche

IL QUESTIONARIO DI ASSESSMENT 4.0



OUTSIDER	BEGINNER	INTERMEDIATE	EXPERIENCED	EXPERT	TOP PERFORMER
Non stai ancora mettendo in atto nessun progetto relativo a impresa 4.0.	Stai conducendo progetti pilota su impresa 4.0.	Hai cambiato orientamento strategico e stai sviluppando una strategia di impresa 4.0.	Hai fomulato una tua strategia su impresa 4.0.	Stai mettendo in atto una strategia di impresa 4.0 e utilizzi indicatori appropriati per il monitoraggio.	Hai già implementato una strategia di impresa 4.0 e monitori costantemente i progetti.

ERREQUADRO
Research over Research

Questionario di assessment per il settore turismo

Anagrafica

D001

Qual è il ruolo aziendale della persona che sta eseguendo l'autovalutazione?

- ❑ Titolare dell'azienda
- ❑ Socio dell'azienda
- ❑ Direttore/General Manager
- ❑ Responsabile della qualità
- ❑ Responsabile acquisti
- ❑ Responsabile vendite
- ❑ Responsabile della manutenzione (pulizie, revisioni, riparazioni ecc.)
- ❑ Responsabile progettazione/pianificazione prodotti e/o servizi / Ricerca e Sviluppo
- ❑ Responsabile di attività operative (erogazione del servizio, produzione di un eventuale prodotto fisico, accoglienza, mediazione linguistica ecc.)
- ❑ Responsabile marketing
- ❑ Responsabile Amministrazione
- ❑ Responsabile risorse umane
- ❑ Addetto qualità
- ❑ Addetto acquisti
- ❑ Addetto vendite
- ❑ Addetto manutenzione
- ❑ Addetto alla progettazione/pianificazione prodotti e/o servizi / Ricerca e Sviluppo
- ❑ Addetto alle attività operative (erogazione del servizio, produzione di un eventuale prodotto finito, accoglienza, mediazione linguistica ecc)
- ❑ Addetto marketing
- ❑ Addetto Amministrazione
- ❑ Addetto risorse umane

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

ERREQUADRO
Research over Research

D002

Qual è la ragione sociale dell'impresa?

- ❑ SRL (soc. di capitale)
- ❑ SPA (soc. di capitale)
- ❑ SRLs (soc. di capitale)
- ❑ Sapa (soc. di capitale)
- ❑ SNC (soc. di persone)
- ❑ SAS (soc. di persone)
- ❑ S.s. (soc. di persone)
- ❑ Società cooperativa
- ❑ Società consortile
- ❑ SCARL
- ❑ Altro

D003

In quale settore si colloca l'azienda? (Nel caso di più settori indicare il codice di attività ATECO principale)

_____

D004

A quanto ammonta il numero totale di addetti (indipendentemente dalla forma contrattuale)?

- ❑ Fra 1 e 9 addetti
- ❑ Fra 10 e 24 addetti
- ❑ Fra 25 e 49 addetti
- ❑ Fra 50 e 149 addetti
- ❑ Oltre 150 addetti

D005

Quanti di essi, in percentuale, collaborano in modo stagionale?

_____%

D006

A quanto ammonta il fatturato dell'azienda, nell'ultimo bilancio?

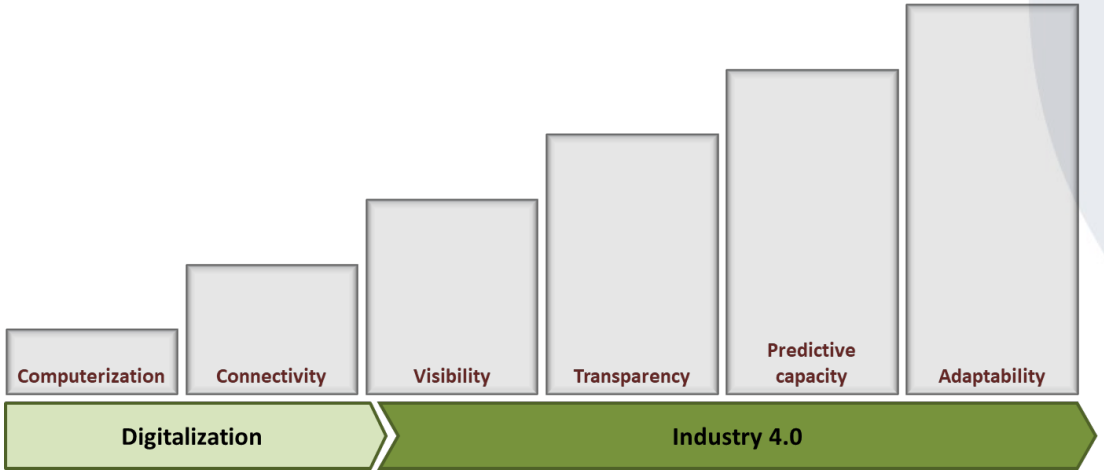
- ❑ <500.000 €
- ❑ Tra 500.000 e 1 Mln€
- ❑ Tra 1 Mln€ e 2 Mln€
- ❑ Tra 2 Mln€ e 5 Mln€
- ❑ Tra 5 Mln€ e 10 Mln€

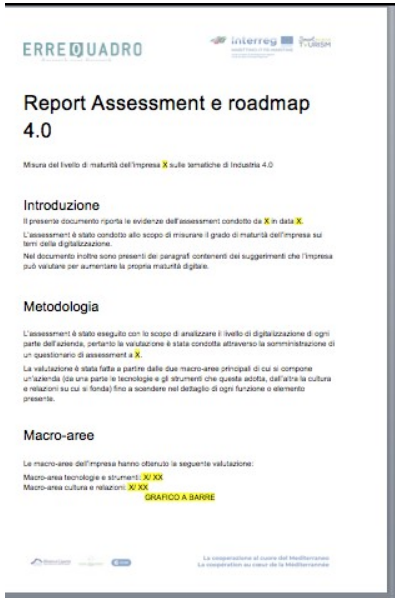
La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

41 domande

AREE DI INDAGINE:
Anagrafica
Organizzazione
Tecnologie e strumenti
Funzioni aziendali
Cultura e relazioni

IL FORMAT PER REPORT ASSESSMENT E ROADMAP 4.0





ERREQUADRO

Report Assessment e roadmap 4.0

Misura del livello di maturità dell'impresa X sulle tematiche di Industria 4.0

Introduzione

Il presente documento riporta le evidenze dell'assessment condotto da X in data X.

L'assessment è stato condotto allo scopo di misurare il grado di maturità dell'impresa sui temi della digitalizzazione.

Nel documento inoltre sono presenti dei paragrafi contenenti dei suggerimenti che l'impresa può valutare per aumentare la propria maturità digitale.

Metodologia

L'assessment è stato eseguito con lo scopo di analizzare il livello di digitalizzazione di ogni parte dell'azienda, pertanto la valutazione è stata condotta attraverso la somministrazione di un questionario di assessment a X.

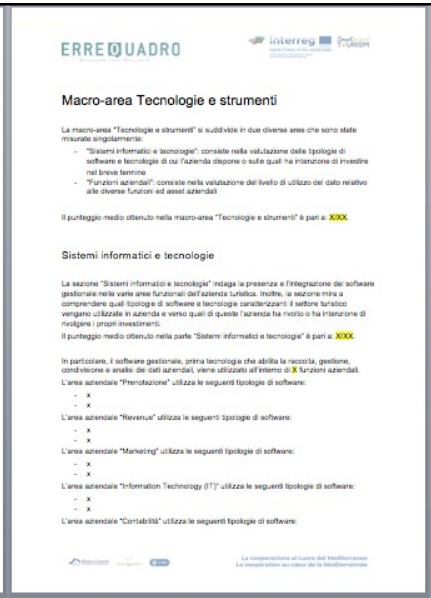
La valutazione è stata fatta a partire dalle due macro-aree principali di cui si compone un'azienda (da una parte le tecnologie e gli strumenti che questa adotta, dall'altra la cultura e relazioni su cui si fonda) fino a scendere nel dettaglio di ogni funzione o elemento presente.

Macro-aree

Le macro-aree dell'impresa hanno ottenuto la seguente valutazione:

Macro-area tecnologie e strumenti: X/ XX
Macro-area cultura e relazioni: X/ XX
GRAFICO A BARRE

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée



ERREQUADRO

Macro-area Tecnologie e strumenti

La macro-area "Tecnologie e strumenti" si suddivide in due diverse aree che sono state misurate singolarmente:

- "Sistemi informatici e tecnologie": consiste nella valutazione delle tipologie di software e tecnologie di cui l'azienda dispone o sulle quali ha intenzione di investire nel breve termine
- "Funzioni aziendali": consiste nella valutazione del livello di utilizzo del dato relativo alle diverse funzioni ed asset aziendali

Il punteggio medio ottenuto nella macro-area "Tecnologie e strumenti" è pari a: X/XX.

Sistemi informatici e tecnologie

La sezione "Sistemi informatici e tecnologie" indaga la presenza e l'integrazione dei software gestionale nelle varie aree funzionali dell'azienda turistica. Inoltre, la sezione mira a comprendere quali tipologie di software e tecnologie caratterizzanti il settore turistico vengano utilizzate in azienda e verso quali di queste l'azienda ha rivolto o ha intenzione di rivolgere i propri investimenti.

Il punteggio medio ottenuto nella parte "Sistemi informatici e tecnologie" è pari a: X/XX.

In particolare, il software gestionale, prima tecnologia che abilita la raccolta, gestione, condivisione e analisi dei dati aziendali, viene utilizzato all'interno di X funzioni aziendali.

L'area aziendale "Prenotazione" utilizza le seguenti tipologie di software:

- x
- x

L'area aziendale "Revenue" utilizza le seguenti tipologie di software:

- x
- x

L'area aziendale "Marketing" utilizza le seguenti tipologie di software:

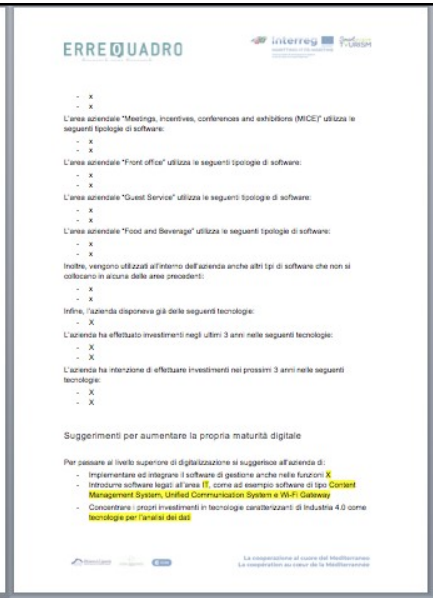
- x
- x

L'area aziendale "Information Technology (IT)" utilizza le seguenti tipologie di software:

- x
- x

L'area aziendale "Contabilità" utilizza le seguenti tipologie di software:

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée



ERREQUADRO

- x
- x

L'area aziendale "Meetings, incentives, conferences and exhibitions (MICE)" utilizza le seguenti tipologie di software:

- x
- x

L'area aziendale "Front office" utilizza le seguenti tipologie di software:

- x
- x

L'area aziendale "Guest Service" utilizza le seguenti tipologie di software:

- x
- x

L'area aziendale "Food and Beverage" utilizza le seguenti tipologie di software:

- x
- x

Inoltre, vengono utilizzati all'interno dell'azienda anche altri tipi di software che non si collocano in alcuna delle aree precedenti:

- x
- x

Infine, l'azienda disponeva già delle seguenti tecnologie:

- X

L'azienda ha effettuato investimenti negli ultimi 3 anni nelle seguenti tecnologie:

- X
- X

L'azienda ha intenzione di effettuare investimenti nei prossimi 3 anni nelle seguenti tecnologie:

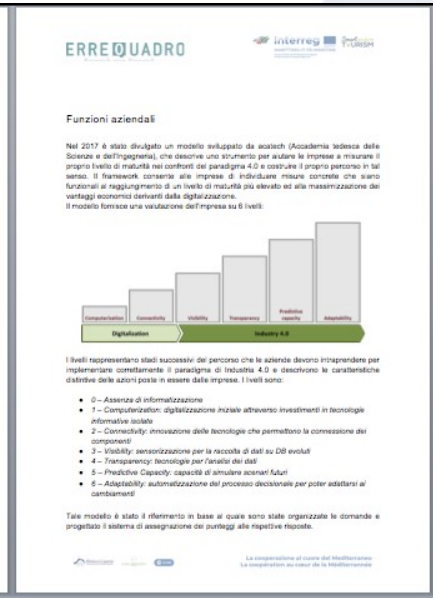
- X
- X

Suggerimenti per aumentare la propria maturità digitale

Per passare al livello superiore di digitalizzazione si suggerisce all'azienda di:

- Implementare ed integrare il software di gestione anche nelle funzioni X
- Introdurre software legati all'area IT, come ad esempio software di tipo Content Management System, Unified Communication System e Wi-Fi Gateway
- Concentrare i propri investimenti in tecnologie caratterizzanti di Industria 4.0 come tecnologie per l'analisi dei dati

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée



ERREQUADRO

Funzioni aziendali

Nel 2017 è stato divulgato un modello sviluppato da acatech (Accademia tedesca delle Scienze e dell'Ingegneria), che descrive uno strumento per aiutare le imprese a misurare il proprio livello di maturità nei confronti del paradigma 4.0 e costruire il proprio percorso in tal senso. Il framework consente alle imprese di individuare misure concrete che siano funzionali al raggiungimento di un livello di maturità più elevato ed alla massimizzazione dei vantaggi economici derivanti dalla digitalizzazione.
Il modello fornisce una valutazione dell'impresa su 6 livelli:

I livelli rappresentano stadi successivi del percorso che le aziende devono intraprendere per implementare correttamente il paradigma di Industria 4.0 e descrivono le caratteristiche distintive delle azioni poste in essere dalle imprese. I livelli sono:

- *0 – Assenza di informatizzazione*
- *1 – Computerization: digitalizzazione iniziale attraverso investimenti in tecnologie informative isolate*
- *2 – Connectivity: innovazione delle tecnologie che permettono la connessione dei componenti*
- *3 – Visibility: sensorizzazione per la raccolta di dati su DB evoluti*
- *4 – Transparency: tecnologie per l'analisi dei dati*
- *5 – Predictive Capacity: capacità di simulare scenari futuri*
- *6 – Adaptability: automatizzazione del processo decisionale per poter adattarsi ai cambiamenti*

Tale modello è stato il riferimento in base al quale sono state organizzate le domande e progettato il sistema di assegnazione dei punteggi alle rispettive risposte.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

ERREQUADRO

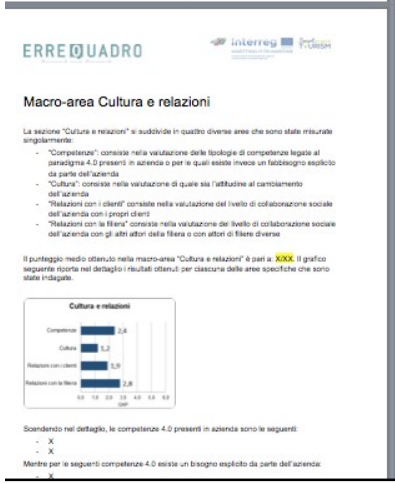
In questa ottica, la sezione "Funzioni aziendali" indaga il livel
alle diverse funzioni ed asset aziendali.

Il punteggio medio ottenuto nella parte "Funzioni aziendali" è pa
I due grafici seguenti riportano nel dettaglio i risultati ottenuti
degli asset aziendali analizzati.

Suggerimenti per aumentare la propria maturità di

Per passare al livello superiore di digitalizzazione si suggerisce

- Elenco di suggerimenti
-



ERREQUADRO

Macro-area Cultura e relazioni

La sezione "Cultura e relazioni" si suddivide in quattro diverse aree che sono state misurate singolarmente:

- "Competenze": consiste nella valutazione delle tipologie di competenze legate al paradigma 4.0 presenti in azienda o per le quali esiste invece un fabbisogno esplicito da parte dell'azienda
- "Cultura": consiste nella valutazione di quale sia l'attitudine al cambiamento dell'azienda
- "Relazioni con i clienti" consiste nella valutazione del livello di collaborazione sociale dell'azienda con i propri clienti
- "Relazioni con la filiera" consiste nella valutazione del livello di collaborazione sociale dell'azienda con gli altri attori della filiera o con attori di filiere diverse

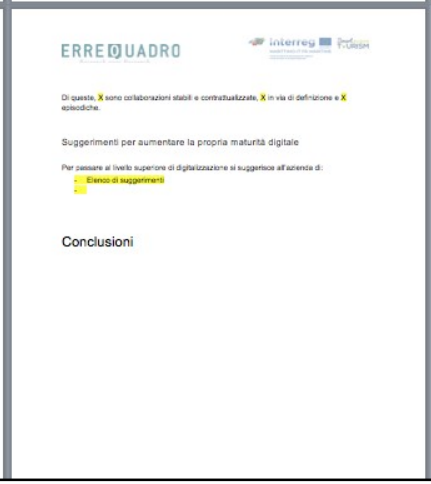
Il punteggio medio ottenuto nella macro-area "Cultura e relazioni" è pari a: X/XX. Il grafico seguente riporta nel dettaglio i risultati ottenuti per ciascuna delle aree specifiche che sono state indagate.

Scendendo nel dettaglio, le competenze 4.0 presenti in azienda sono le seguenti:

- X
- X

Mentre per le seguenti competenze 4.0 esiste un bisogno esplicito da parte dell'azienda:

- X



ERREQUADRO

Di queste, X sono collaborazioni stabili e contrattualizzate, X in via di definizione e X episodiche.

Suggerimenti per aumentare la propria maturità digitale

Per passare al livello superiore di digitalizzazione si suggerisce all'azienda di:

- Elenco di suggerimenti
-

Conclusioni

Vengono presentati i risultati dell'assessment "area per area" e il livello complessivo di maturità digitale, accompagnati da suggerimenti di interventi

IL CATALOGO DEI SERVIZI QUALIFICATI

7 macroservizi di riferimento

Interreg MARITTIMO–IT FR–MARITIME
Fonds européen de développement régional
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

Smart TOURISM

Soluzioni innovative & digitali - Solutions innovantes & digitales

CATALOGO DEI SERVIZI QUALIFICATI
PRODOTTO T2.2.1

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerrannée

Riviere di Liguria – Azienda Speciale della Camera di Commercio
GLOBAL MANAGEMENT SERVICES
CCI VAR

SOLUTIONS INNOVANTES ET DIGITALES
SOLUZIONI INNOVATIVE E DIGITALI

1. SUPPORTO ALL'INNOVAZIONE DELL'OFFERTA
2. SUPPORTO AL CAMBIAMENTO ORGANIZZATIVO E DIGITALE E ALL'AGGREGAZIONE DI MPMI
3. FORMAZIONE PER L'ELABORAZIONE DI STRATEGIE AZIENDALI DI INNOVAZIONE
4. INNOVAZIONE NELLA GESTIONE DELLE RELAZIONI CON I CLIENTI E PROGETTAZIONE/SVILUPPO DI STRUMENTI DIGITALI
5. STRUMENTI E STRATEGIE DI BUSINESS INTELLIGENCE
6. STUDIO, PROGETTAZIONE E IMPLEMENTAZIONE DI CAMPAGNE PROMOZIONALI
7. SUPPORTO SPECIALISTICO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Questo catalogo di servizi di innovazione è stato coprogettato insieme a imprenditori rappresentativi della filiera turistica (ricettività, ristorazione, altri servizi turistici) e a professionisti specializzati del settore.

Ogni servizio è presentato tramite una descrizione e dei contenuti (da intendersi non come esaustivi ma esemplificativi delle azioni riconducibili al servizio).

4 SERVIZIO

INNOVAZIONE NELLA GESTIONE DELLE RELAZIONI CON I CLIENTI E PROGETTAZIONE/SVILUPPO DI STRUMENTI DIGITALI

DESCRIZIONE

Servizi di consulenza volti all'integrazione operativa e informatica tra l'impresa e i suoi clienti secondo un modello customer oriented.
Come ad esempio:

- **servizi di accompagnamento all'implementazione di software di CRM (Customer Relationship Management)**
- **supporto alla multicanalità e agli approcci omnichannel**
- **crescita e valorizzazione della reputazione online**
- **strumenti e strategie per la disintermediazione**
- **sistemi innovativi di fidelizzazione dei clienti**
- **sviluppo gamification**

Includono anche la progettazione e lo sviluppo informatico degli strumenti digitali (CRM, Sito web, App, Chatbot, Social Network ecc)

CONTENUTI

- Supporto all'introduzione in azienda di software di CRM o di altri software per l'innovazione delle relazioni con i clienti (software per email marketing ecc)
- Supporto alla multicanalità e agli approcci omnichannel (ad esempio: sviluppo ecosistema digitale integrato a Sito Web proprietario e Social Network con introduzione di Booking Engine, Channel Manager, E-commerce, ecc.)
- Progettazione e sviluppo informatico di soluzioni digitali (CRM, App, Chatbot, ecc.)
- Riprogettazione in ottica SEO (Search Engine Optimization) della presenza online: Sito Web proprietario, Social Media, Google Business
- Ottimizzazione delle attività di Lead Generation
- Supporto allo sviluppo della Gamification nelle relazioni con i propri clienti

La DESCRIZIONE rispecchia i bisogni delle imprese turistiche

I CONTENUTI sono una indicazione di possibili interventi riconducibili al servizio, in risposta ai bisogni

IL CATALOGO DEI FORNITORI QUALIFICATI

SCHEDE FORNITORI - *FICHES FOURNISSEURS*

Presentazione dei fornitori con i dati di contatto

Indicazione dei servizi erogati e delle tipologie di imprese turistiche supportate

DENOMINAZIONE/NOME	**ADONEO**
E - MAIL	bcollaudin@adoneo.com
SITO WEB /PROFILO LINKEDIN	https://adoneo.com/ https://fr.linkedin.com/in/bernard-collaudin-9ab48b8/fr
SEDE LEGALE	2 Bd Marius Vivier Merle 69003 Lione
REGIONI DI INTERVENTO	➢ ALPI MARITTIME - VAR
SERVIZI FORNITI	☐ 1. Supporto all'INNOVAZIONE dell'OFFERTA ☐ 2. Supporto al CAMBIAMENTO ORGANIZZATIVO e DIGITALE ed all'aggregazione di MPMI ☐ 3. Formazione per la elaborazione di STRATEGIE AZIENDALI d'innovazione ☐ 4. Innovazione nella GESTIONE delle RELAZIONI con i clienti e progettazione/sviluppo di strumenti digitali ☐ 6. Studio, progettazione e implementazione di CAMPAGNE PROMOZIONALI ☐ 7. Supporto specialistico alla INTERNAZIONALIZZAZIONE
MPMI SUPPORTATE	☐ STRUTTURE RICETTIVE ☐ BAR E RISTORANTI ☐ ADV ☐ ALTRI SERVIZI TURISTICI
PRESENTAZIONE	ADONEO è specializzata in attività alberghiera, ristorazione, commercio, turismo, consulenza, gestione, vendita.

NOM DU FOURNISSEUR	**ADONEO**
E - MAIL	bcollaudin@adoneo.com
SITE WEB / PROFIL LINKEDIN	https://adoneo.com/ https://fr.linkedin.com/in/bernard-collaudin-9ab48b8/fr
SIÈGE SOCIAL	2 Bd Marius Vivier Merle 69003 Lyon
RÉGIONS D'INTERVENTION	➢ ALPES MARITIMES - VAR
SERVICES FOURNIS	☐ 1. Support à la conception de produits innovants ☐ 2. Accompagnement aux changements organisationnels, à la digitalisation et à la mise en réseau des entreprises ☐ 3. Formation en stratégie d'entreprise à l'ère de la transformation digitale ☐ 4. Innovations dans la gestion des relations avec le clients, conception / développement d'outils digitaux ☐ 6. Conception et mise en œuvre de campagnes promotionnelles numériques ☐ 7. Soutien à l'internationalisation
SOUTIEN AUX MPME	☐ HEBERGEMENTS TOURISTIQUES ☐ BARS ET RESTAURANTS ☐ AGENCES DE VOYAGES ET RECEPTIVES ☐ AUTRES SERVICES TOURISTIQUES
BREVE PRESENTATION	ADONEO spécialisée hôtellerie, restauration, commerce, tourisme, et conseil, gestion, commercial.

DENOMINAZIONE/NOME	**AGENCE HASHTAG**
E - MAIL	direction@agence-hashtag.fr
SITO WEB /PROFILO LINKEDIN	www.kook-agency.fr www.agence-hashtag.fr
SEDE LEGALE	54 AV DE LA STATION 83000 TOLONE
REGIONI DI INTERVENTO	➢ ALPI MARITTIME - VAR
SERVIZI FORNITI	☐ 2. Supporto al CAMBIAMENTO ORGANIZZATIVO e DIGITALE ed all'aggregazione di MPMI ☐ 3. Formazione per la elaborazione di STRATEGIE AZIENDALI d'innovazione ☐ 4. Innovazione nella GESTIONE delle RELAZIONI con i clienti e progettazione/sviluppo di strumenti digitali ☐ 6. Studio, progettazione e implementazione di CAMPAGNE PROMOZIONALI
MPMI SUPPORTATE	☐ STRUTTURE RICETTIVE ☐ BAR E RISTORANTI ☐ ADV ☐ ALTRI SERVIZI TURISTICI
PRESENTAZIONE	Agence Hashtag si posiziona come agenzia di comunicazione digitale dedicata ai ristoratori e all'industria del turismo. Soddisfa tutte le esigenze digitali degli attori di questo mercato.

NOM DU FOURNISSEUR	**AGENCE HASHTAG**
E - MAIL	direction@agence-hashtag.fr
SITE WEB / PROFIL LINKEDIN	www.kook-agency.fr www.agence-hashtag.fr
SIÈGE SOCIAL	54 AV DE LA STATION 83000 TOULON
RÉGIONS D'INTERVENTION	➢ ALPES MARITIMES - VAR
SERVICES FOURNIS	☐ 2. Accompagnement aux changements organisationnels, à la digitalisation et à la mise en réseau des entreprises ☐ 3. Formation en stratégie d'entreprise à l'ère de la transformation digitale ☐ 4. Innovations dans la gestion des relations avec le clients, conception / développement d'outils digitaux ☐ 6. Conception et mise en œuvre de campagnes promotionnelles numériques
SOUTIEN AUX MPME	☐ HEBERGEMENTS TOURISTIQUES ☐ BARS ET RESTAURANTS ☐ AGENCES DE VOYAGES ET RECEPTIVES ☐ AUTRES SERVICES TOURISTIQUES
BREVE PRESENTATION	L'agence Hashtag, se positionne comme l'agence de communication digitale dédié au restaurateurs et aux métierx du tourisme. Elle répond à tous les besoins digitaux des acteurs de ce marché.

INTERVENTI REALIZZATI E RISULTATI CONSEGUITI

INTERVENTI REALIZZATI

I servizi più richiesti sono risultati:

- "Campagne Promozionali"
- "Innovazione nella gestione delle relazioni con i clienti e progettazione/sviluppo di strumenti digitali"
- " Formazione per Strategie Aziendali"
- Supporto al cambiamento organizzativo e digitale

Meno richiesti i servizi di supporto a innovazioni più profonde (innovazione dell'offerta …)

Le micro e piccole imprese turistiche, ancora ad un livello basic di digitalizzazione, necessitano in via prioritaria di supporto per migliorare i loro strumenti digitali di base (sito e canali social) e per progettare e gestire in maniera più professionale le campagne di marketing digitale.

Molti dei beneficiari sono micro imprese che grazie a questo supporto consulenziale non solo hanno avviato un percorso strutturato di trasformazione digitale ma hanno anche fatto esperienza della logica dei bandi regionali

INTERVENTI REALIZZATI

SERVIZIO RICHIESTO	INTERVENTO REALIZZATO
Campagne promozionali	• Analisi recensioni, SWOT; Elaborazione questionario per intervistare i clienti • Sviluppo della identità del marchio (missione, visione, valori) e della sua espressione grafica ottimizzata sulle diverse piattaforme utilizzate • Realizzazione di video/foto/testi promozionali in linea con l'identità del marchio • Progettazione e realizzazione di campagne digitali sui canali social (FB e Instagram) • Realizzazione campagne di mail marketing
Innovazione relazioni con i clienti e progettazione/sviluppo strumenti digitali	- Nuovo sito web con ottimizzazione dei contenuti in ottica seo - Implementazione gestionale - Implementazione e-commerce - Implementazione check in on line - Implementazione CRM - Creazione canali social - Implementazione sistema di newsletter - Implementazione strumento digitale per registrazione delle prenotazioni e per la rilevazione e la trasmissione delle comande presso la cucina - Creazione menù digitale accessibile mediante QR code - Implementazione Whatsapp Business per una messaggistica tempestiva e multilingue con i potenziali clienti
Formazione	- Formazione sul SMM - Google analytics - Google ads - Instagram ads - Copywriting e Comunicazione persuasiva; Rebranding e Reputazione; Strategie di vendita - La cura dei testi, Le tecniche di ottimizzazione SEO, Le campagne SEM - Formazione per l'utilizzo del sistema di gestione mailing-list e newsletter MAILCHIMP

Servizi ordinati in ordine decrescente di richiesta

INTERVENTI REALIZZATI

SERVIZIO RICHIESTO	INTERVENTO REALIZZATO
Cambiamento organizzativo e digitale	• Aggregazione/networking in reti online • Networking con le imprese di filiera del proprio ecosistema di destinazione turistico-territoriale • Analisi organizzativa dei processi mediante interviste ai ruoli apicali e l'osservazione diretta dei processi lavorativi; Identificazione delle criticità relative al funzionamento della struttura organizzativa e identificazione delle aree di miglioramento; Razionalizzazione e rimodellazione dei processi, definizione di procedure e ripartizione di compiti e responsabilità fra il personale; Elaborazione di un piano operativo per l'implementazione del nuovo modello organizzativo e delle nuove procedure • Progettazione di una federazione di Guest house
Innovazione offerta	• Analisi del posizionamento dell'azienda e suggerimenti strategici e pratici per la presenza sul mercato • Identificazione delle "buyer personas" • Creazione di nuovi prodotti esperienziali per nuovi mercati (in particolare esteri) • Sviluppo pacchetti turistici dedicati • Realizzazione di una visita immersiva e interattiva e di un workshop B to B interamente digitale
Internazionalizzazione	• Identificazione di database di contatti (camminatori francesi + tour operator internazionali) a cui inviare una email di contatto e di presentazione in vista della stagione 2023 • Collaborazioni di rete ed accordi di co-marketing.
Business intelligence	- Analisi congiunta con il management delle tipologie di dati attualmente raccolte e delle modalità di distribuzione dei dati stessi nonché delle caratteristiche dei tool informatici attualmente in uso e delle criticità di trasmissione ed integrazione delle varie fonti informative; Identificazione dei dati e delle informazioni inerenti a ciascun processo organizzativo che rivestano una qualche utilità per effettuare un controllo sulla gestione e un'analisi strategica; Identificazione di un set di indicatori (KPI) utili sia per il controllo di gestione che per la definizione di strategie; Predisposizione di procedure organizzative finalizzate alla raccolta e all'elaborazione di dati volti ad alimentare il set di indicatori identificato ed individuazione di eventuali applicativi, anche di tipo open source, per migliorare il sistema informativo aziendale nonché le relative modalità d'integrazione fra i vari software. Individuazione con il management delle principali attività da svolgere per lo sviluppo del sistema di business intelligence; Elaborazione di un piano operativo per l'implementazione delle tecnologie identificate

RISULTATI CONSEGUITI

Le pmi turistiche presentano un livello di maturità digitale più basso rispetto ad altri settori **➔La loro trasformazione digitale è particolarmente urgente**

MA per le micro imprese della filiera turistica i bandi per la loro digitalizzazione sono spesso inaccessibili:

•difficoltà a gestire le procedure dei bandi,

•difficoltà a comprendere il linguaggio tecnico dei servizi proposti (spesso proveniente dal settore manifatturiero),

• difficoltà a definire un percorso di innovazione basato sulla analisi chiara del proprio livello di maturità digitale ecc

➔Al settore turistico servono strumenti dedicati

Il percorso

"Assessment ➔Roadmap ➔Cataloghi servizi/fornitori➔Progetto di innovazione"

si è dimostrato molto utile per affrontare queste criticità

RISULTATI CONSEGUITI

Complessivamente è possibile rilevare che le pmi turistiche grazie al progetto sono state in grado di:

•Sistematizzare la loro presenza digitale (sito web, canali social)
•Elevare le loro competenze specifiche per la gestione professionale dei canali digitali
•Potenziare le relazioni con i clienti grazie all'introduzione in azienda di nuovi strumenti digitali (CRM, newsletter, questionari, menù digitali…)
•Avviare la digitalizzazione dei processi aziendali (es check in, raccolta comande…)
•Innovare l'offerta dell'impresa
•Innovare la propria organizzazione facendo rete con le imprese di filiera del proprio ecosistema di destinazione turistico-territoriale
•Riflettere sulla propria strategia aziendale per chiarire il proprio posizionamento rispetto ai concorrenti/ evidenziare i propri vantaggi competitivi.
•Identificare i target di clienti prioritari lavorando sulle buyer personas e sviluppare un'offerta di prodotti coerente.
•Trasformare il modello di business per ottimizzare i margini sui prodotti redditizi