



**Interreg**  
**ALCOTRA**

Fonds européen de développement régional  
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE  
UNIONE EUROPEA

**ALPIMED**

**PATRIM**

# NUOVE FORME DI TURISMO

**TREND – ECCELLENZA – OPPORTUNITÀ - 2° Parte**

- **Sviluppo Brand – Un marchio è l'espressione condensata dell'eccellenza di un prodotto.**
- **Sviluppo Prodotto – I principi del prodotto turistico.**

**WEBINAR - TAVOLA ROTONDA | 17 GIUGNO 2020 | 09.00 – 10.030**

# WE MAKE YOUR DESTINATION FIT FOR THE FUTURE

PIÙ VALORE AGGIUNTO | MAGGIOR SODDISFAZIONE DEL CLIENTE | UN NUMERO CRESCENTE DI OSPITI | ESPERIENZE DI MARCHIO SOSTENIBILI

1

## GESTIONE DELLE DESTINAZIONI

- ✓ Progettazione e consulenza strategica
- ✓ Sviluppo Prodotto
- ✓ Ottimizzazione organizzativa e strutturale
- ✓ Gestione del marchio

2

## GESTIONE DEI PROGETTI

- ✓ Ideazione e sviluppo di progetti
- ✓ Gestione di progetti e processi
- ✓ Innovazione di prodotto e offerta
- ✓ Gestione degli eventi

3

## CONSULENZA MARKETING

- ✓ Marketing Digitale
- ✓ Marketing tematico / special interest
- ✓ Strategie di mercato e marketing
- ✓ Promozione vendita per strutture ricettive e attrazioni turistiche

4

## FORMAZIONE

- ✓ Seminari e corsi
- ✓ Webimar
- ✓ Coaching individuale
- ✓ Organizzazione eventi di formazione

# REFERENCES

Österreich  
ankommen  
und aufleben

HONG KONG  
TOURISM BOARD

KENYA  
Tourism Board

Jordan

AUSTRIA  
TREND  
HOTELS

Sheraton  
Grand  
SALZBURG

HOTEL  
GOLDENER HIRSCH  
SALZBURG  
THE  
LUXURY  
COLLECTION

DO&CO

SALZBURGER LAND

visit  
Piemonte  
A SURPRISE EVERY DAY

burgenland  
The Danube Connection

ROME CAVALIERI  
A WALDORF ASTORIA RESORT

SCHLOSS FUSCHL  
RESORT & SPA  
FUSCHLSEE-SALZBURG  
THE  
LUXURY  
COLLECTION

Sheraton  
FUSCHLSEE-SALZBURG  
HOTEL  
JAGDHOF

SCHLOSS PICHLARN  
Hotel Restaurant  
Event SPA Golf  
Schladming-Dachstein

FATMAPA

SPORTNET

FH Burgenland  
University of Applied Sciences

Serfaus-Fiss-Ladis

Wonderful  
Outdoor  
Week  
La tua natura tra Alpi & Langhe

ACA FORMAZIONE

ASCOM FORM

GERWIN BAIER  
Trainings & Coaching

TECHNISCHE HOCHSCHULE  
DEGGENDORF THD

Tu  
Langhe Roero

ATL  
Azienda Turistica  
Locale del Cuneese

IL MAGICO PAESE  
IN NATALE

CASTELLO GRINZANE CAVOUR

ober  
österreich

MARKTGEMEINDE  
HOCHNEUBIRKEN-GESCHWART

KIRCHSCHLAG  
IN DER BUCKLIGEN WELT

SCHWARZWALD  
herz. erfrischend.echt.

Ljubljana  
where all of europe meets

REGIONMARCHFELD

GRAINAU  
DAS ZUGSPITZDORF

Saarland  
GENUSS REGION

EZZ  
ESCH-SUR-ALZETTE  
EUROPEAN CAPITAL  
OF CULTURE

südtirol

DOLOMITI  
SUPERSKI  
wonderful times

# SVILUPPO BRAND

# PERCHÈ UN BRAND?



**LA RICCHEZZA DI  
INFORMAZIONI  
PORTA LA POVERTÀ  
ALL'ATTENZIONE.**

**QUALE IMMAGINE DOVREMMO  
MOSTRARE DI NOI STESSI.**

**CHE IMMAGINE DOVREMMO  
AVERE.**

**CHE SENSAZIONE DOVREMMO  
SVILUPPARE CON IL CLIENTE.**



**LE PRESTAZIONI DEVONO  
ESSERE PROVATI.**

**I BRAND SONO  
COLLETTIVAMENTE  
CREDUTI.**

# POSIZIONAMENTO CHIARO

# AUMENTARE LA DESIDERABILITÀ

**FORNIRE  
ALL'OSPITE  
UN'ESPERIENZA  
COERENTE**

# **RACCONTARE UNA STORIA DI TERRITORIO**

**DISEGNARE  
UN'IMMAGINE CHIARA  
PER TUTTI I FORNITORI  
DI SERVIZI TURISTICI**

**AUMENTARE L'ATTRATTIVITÀ  
DELL'INTERA DESTINAZIONE  
IN MODO CHE TUTTI NE  
TRAGGANO VANTAGGIO**

# **FAR CRESCERE IL VALORE AGGIUNTO**



# **AFFERMARSI NELLA COMPETIZIONE INTERNAZIONALE**

**COSA  
SVILUPPARE**

**Essenza  
Valori  
Identità  
Promessa  
Tonalità**

**SVILUPPIAMO**

**Essenza**

Una frase che riassume tutto!

**SVILUPPIAMO**

## **Valori**

Proprietà e ciò che il prodotto rappresenta!

Valori che rappresentano anche l'eccellenza del territorio

**SVILUPPIAMO**

## **Identità**

Esperienze che possono essere vissute individualmente o in combinazione solo attraverso il nostro prodotto!

Siamo orgogliosi di.....

**SVILUPPIAMO**

## **Promessa**

Spiegare rapidamente e comprensibile in cui il nostro prodotto è estremamente buono, idealmente anche il migliore

**SVILUPPIAMO**

## **Tonalità**

Come comunichiamo!

Il nostro stile!

Garantisce una presenza costante del marchio su tutti i canali di comunicazione.

“UN MARCHIO È LA RIPETIZIONE  
AFFIDABILE DI UN COMPORTAMENTO  
O DI UNA PROMESSA DI PRODOTTI E  
SERVIZI DAL PUNTO DI VISTA DEL  
CLIENTE.”





**Prodotto**

**product  
promotion  
placement  
price**

**fatturato**

**Brand**

**value  
perception  
appreciation  
added value**

**margin**



1 l = 1,45 Euro



1 l = 6,65 Euro

> 400 %



15ml = 15 Euro  
100 ml = 100 Euro



15ml = 165 Euro  
100 ml = 1.100 Euro

> 1.100 %



1 kg = 13,99 Euro



1 kg = 60 Euro

> 450 %

# BRAND AWARENESS

# TI CONOSCO!



**BRAND AWARENESS**

**BRAND POWER**

**TI CONOSCO!**

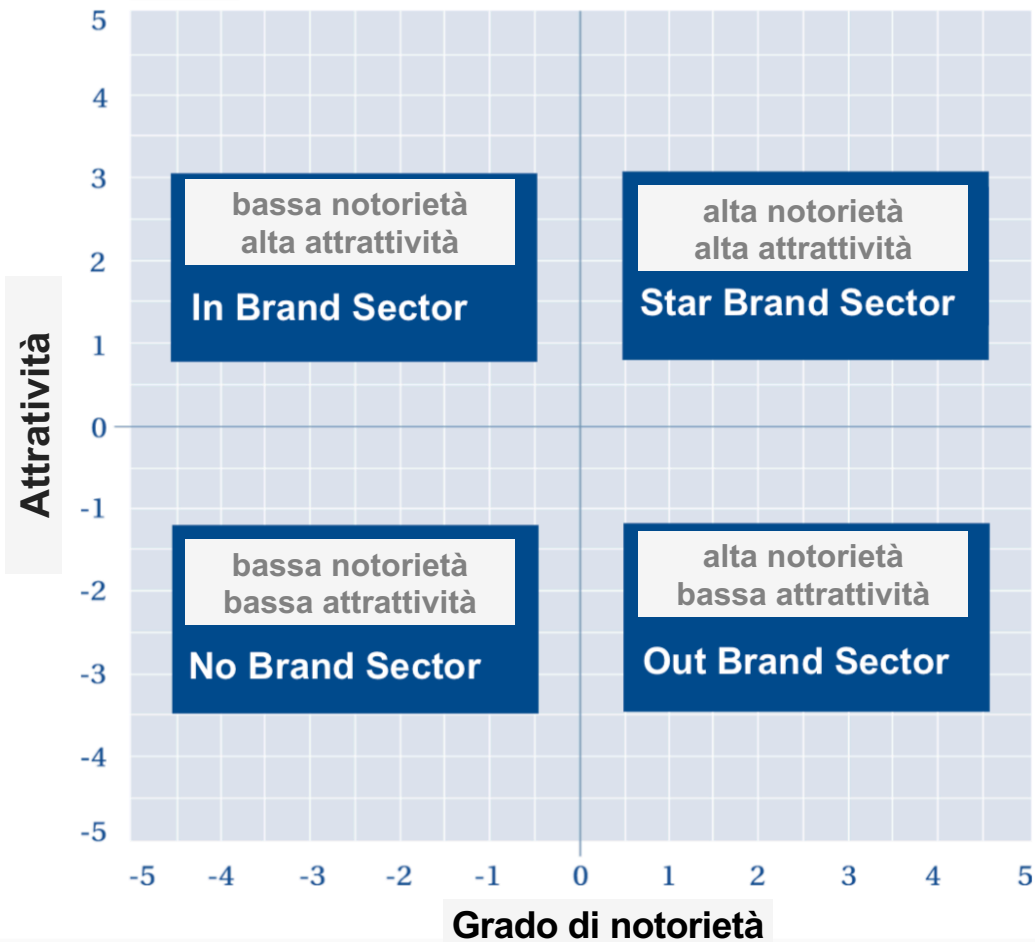
**+**

**TI VOGLIO!**

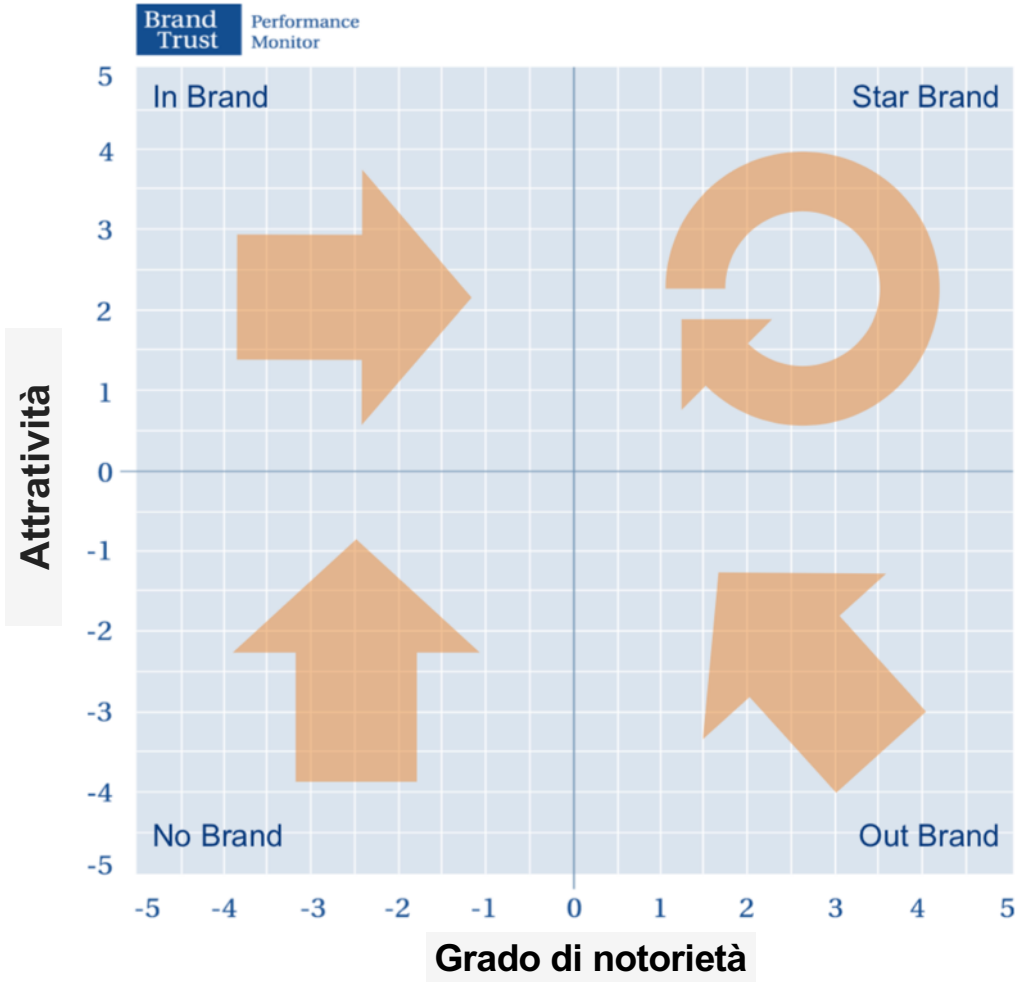
---

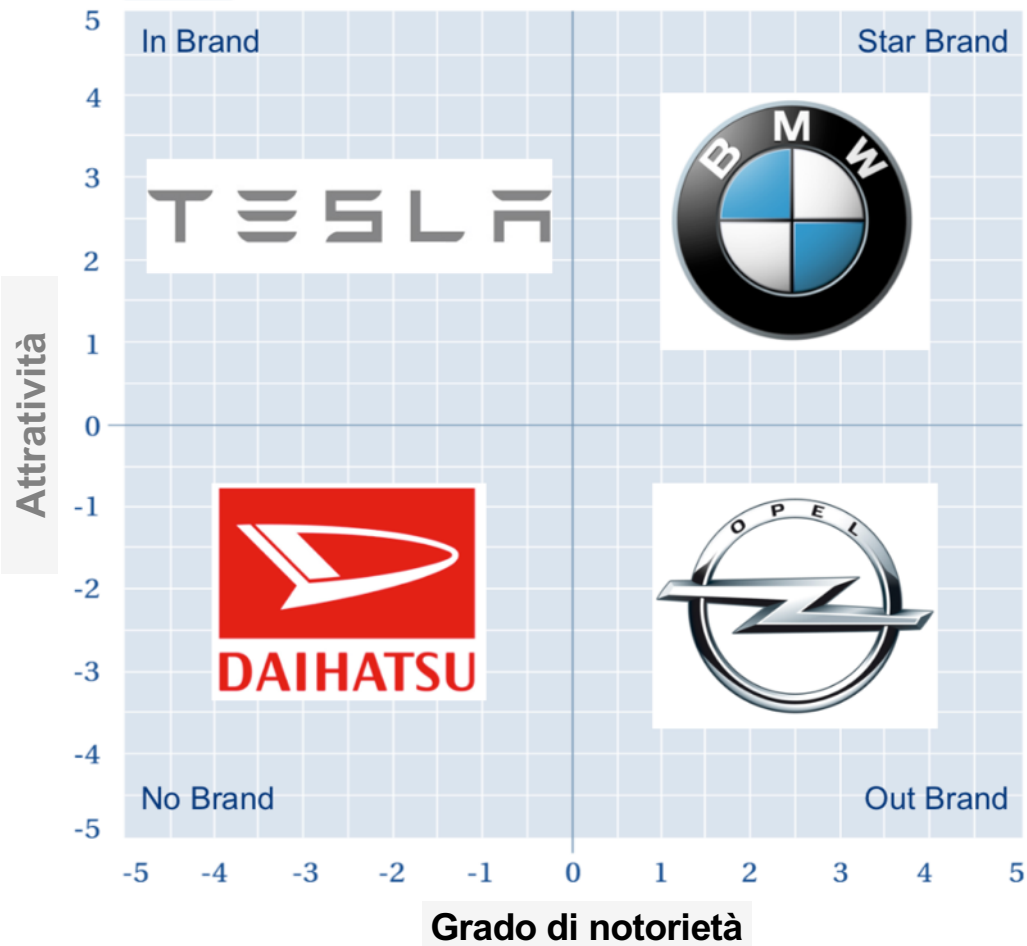
**visit  
Piemonte**

# Quo Vadis?

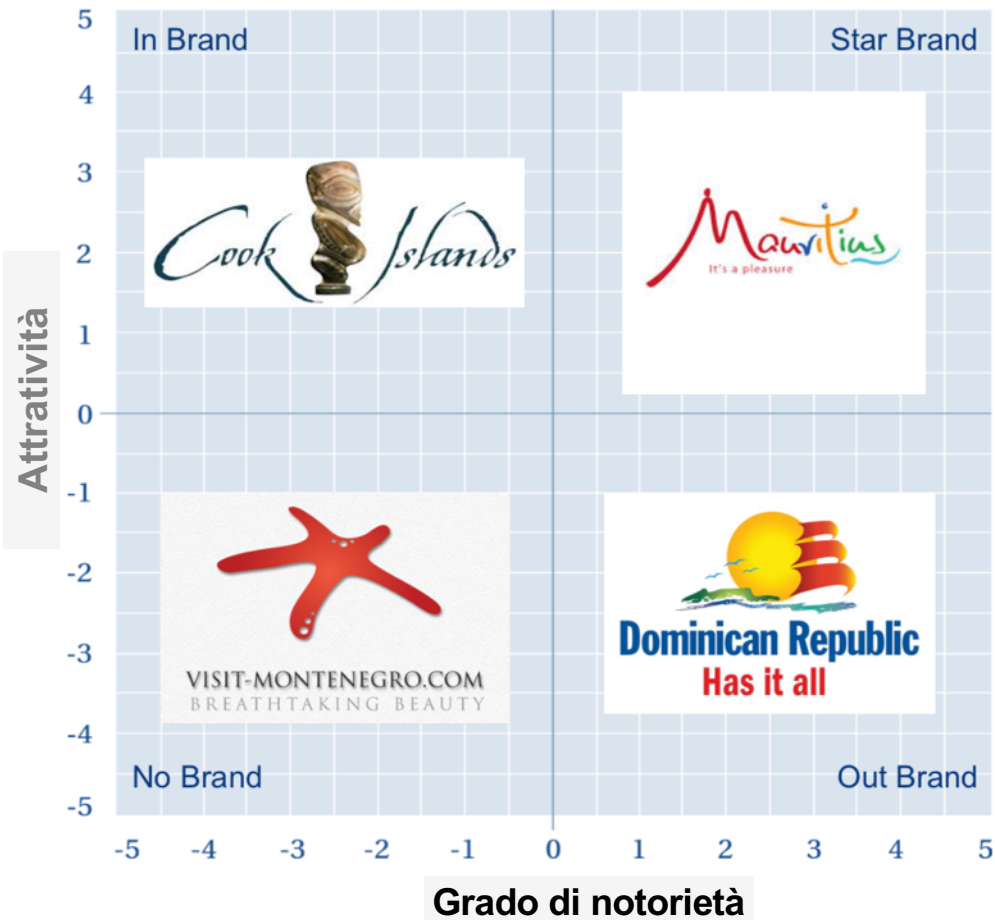


Movimento  
Strategico









**Che cos`è un marchio?**



**Un marchio è l'espressione condensata dell'eccellenza del nostro prodotto!**





**L'ECCELLENZA È LA  
BASE DI OGNI BRAND.**

**NON SI COMPRA CIÒ CHE SI  
VEDE.**

**SI ACQUISTA UN PRODOTTO O  
UN SERVIZIO CON IL QUALE CI  
SI IDENTIFICA.**



# LE NOSTRE ECCELLENZE

Ecomuseo delle Rocche del Roero

Willkommen in Langhe Roero

**CUNEOALPS Bike Experience CLUB del PRODOTTO**

LET'S GIVE CYCLE TOURISM NEW ENERGY

LIMONE PIE MOUNTAIN BIKE



**Mountain Bikes**

die Salisvorder und Limone-Morano sind die besten Orte für Mountainbiker die die Piste für Mountainbiker in der Langhe Region sind im Sommer. Lassen sich hier auch mit dem Club d'Italia Mountainbike fahren. Sie sind im Club d'Italia Mountainbike.

Seit 7 Jahren arbeiten wir daran, das Mountainbike in der Langhe Region zu fördern. Wir sind stolz darauf, dass wir es geschafft haben, das Mountainbike in der Langhe Region zu fördern. Wir sind stolz darauf, dass wir es geschafft haben, das Mountainbike in der Langhe Region zu fördern.

**LA VIA DEL SALE**

La più bella via del sale d'Italia

laridivite

**ASSOCIAZIONE TREKKING IN LANGA**

Carta dei Sentieri Map of paths 200 km

**Dal Barbaresco al Moscato alla Langa di Fenoglio**

**GRUPPO BOSSEA**

...in natura!

discover the wolf in you

**Wonderful Outdoor Week**

Freie Natur zwischen Alpen & Langhe

**TREK BIKE RUN**

Roero, paths map

BIKE

a park fit for a king

**CUNEOALPS Bike Experience**



www.cuneoalps.it

**BIKE ALTA**

Rental, Corse, Piste, Stage, Piazza, Provvisto

Tel: +39 0172 440000

www.bike.it

WWW.CUNEOALPS.IT

**CUNEOALPS Bike Experience ANGEBOTE 2018**

MIT DEM E-BIKE AUF DEN WEISSEN STRASSEN UNTERWEG

DIE 8 GIPFEL DES GIRO D'ITALIA

**GRANDE TRAVERSATA DELLE LANGHE**

**ALTA LANGHE 3 VALLI**

oltre 70 km sentieri in Alta Langa

Langhe Roero

Langhe Roero

**LA PRODUZIONE DANS LA PROVINCE DE CUNEO**

RAI TOURISMUS IN DER PROVINZ CUNEO

**Vino al vino**

From wine to wine



Willkommen in Langhe Roero



**ENTDECKEN**

die Salisvorder und Limone-Morano sind die besten Orte für Mountainbiker die die Piste für Mountainbiker in der Langhe Region sind im Sommer. Lassen sich hier auch mit dem Club d'Italia Mountainbike fahren. Sie sind im Club d'Italia Mountainbike.

**NOLEGGIO E-BIKE / E-BIKE RENTAL**

cuneoalpsbikeexperience



**L'ABBONDANZA DI  
PROMESSE CREA UNA  
MANCANZA DI FIDUCIA.**

**Da  
prestazione  
ai valori**

**CHE COSA È TIPICO DI ME?**

**COSA MI RENDE DI SUCCESSO?**

**COSA MI RENDE SUPERIORE?**

**COSA MI RENDE DIVERSO?**

**COSA MI RENDE UNICO?**

**POSIZIONAMENTO**

# POSIZIONAMENTO

- **la promessa chiara, semplice formulata e credibile di un marchio.**
- **dovrebbe essere lungimirante ed esprimere ciò che il marchio vuole difendere, tenendo conto delle sue performance passate.**
- **deve essere attraente per i clienti e le altre parti interessate e differenziarsi dalla concorrenza.**
- **la promessa di servizio consegnata deve essere credibilmente sostenibile.**

**LA PAROLA PIÙ  
IMPORTANTE PER UN  
POSIZIONAMENTO  
CHIARO E NON AMBIGUO  
È...?**

**NO**

**UN FORTE  
POSIZIONAMENTO HA  
FORTI LIMITI!**

# La 20. Montagna più alta del mondo!



**La montagna più alta d'Italia!**



# COME DIVENTARE IL NR. 1 ?



**Critério + Categoria + Sistema Di Riferimento**

**DOVE SIAMO LA NR. 1 ?**

high tech / high touch  
emozione/progresso tecnico

lusso, valore aggiunto  
**BENEFICIO AGGIUNTIVO**

establishment  
prodotti premium / lusso

**PRODOTTO**

attivo  
eccitante  
intenso  
individuale  
avventuroso  
**DRIVE**

Offriamo...?  
Promettiamo...?  
Appassioniamo....?

rassicurante  
contemplativo  
accogliente  
comune  
slow  
tradizionale  
**CARE**

me too  
prodotti copioni

soluzione problema  
**BENEFICIO BASE**

sostanza di base  
prodotti tradizionali

# identità di marchio



**Da dove (pro)veniamo?**

**Che cosa ci rappresenta?**

**Che cosa ci rende prezioso?**

**Di che cosa siamo orgogliosi?**

**Com'è la nostra reputazione?**

**Che cosa è importante per noi?**

**Come ci vedono gli altri?**

# **promessa di marchio**



**Che beneficio forniamo?**

**Cosa promettiamo ai nostri ospiti?**

**Che cosa facciamo con passione?**

**Dove siamo straordinari?**

**Cosa vendiamo al cliente?**

**Cosa sentiranno i nostri ospiti?**

**Come è nostro ambiente?**

# CORE STORY

# PERCHÉ È CIÒ CHE NOI PROMETTIAMO...

... importante per i nostri ospiti (target group)

... è esattamente quello che è importante per il gruppo target?

... è importante che questo pubblico apprende solo questo?

... è importante per nostri ospiti nella destinazione di imparare/sperimentare /fare proprio questo?

... allora perché è importante e utile quello che facciamo?

# SVILUPPO PRODOTTO



# 3 PRINCIPI DI UN PRODOTTO TURISTICO

# Creare un mondo controcorrente

- Entrare in un mondo unico – diverso del mondo in cui vivo
- Rituali di ingresso e partenza per delineare questo mondo controcorrente
- L'ospite vuole entrare in un mondo che è uno spazio unico

# Re per un giorno

- Il desiderio di percezione
- Prestare attenzione all'ospite - che di solito non ottiene.

# Convenienza

- Fare tutto per l'ospite.
- Creare un'esperienza sensuale.

**UN PRODOTTO TURISTICO ATTIRA I  
CLIENTI CON SISTEMI EMOTIVI SIMILI!**

**IL SISTEMA LIMBICO È UNA PARTE RESPONSABILE  
PRINCIPALE DEL CERVELLO PER LE EMOZIONI.**

**LIMBIC MAP**



**stimolazione**

**dominazione**

**equilibrio**

**95% DI TUTTE LE DECISIONI SONO PRESE A LIVELLO EMOTIVO**



**stimolazione**

Sorpresa  
Esperienza  
Esplorazione  
Scoperta  
Cuirosità

**equilibrio**

Sicurezza  
Stabilità  
Previdenza  
Ordine  
Tradizione

**dominazione**

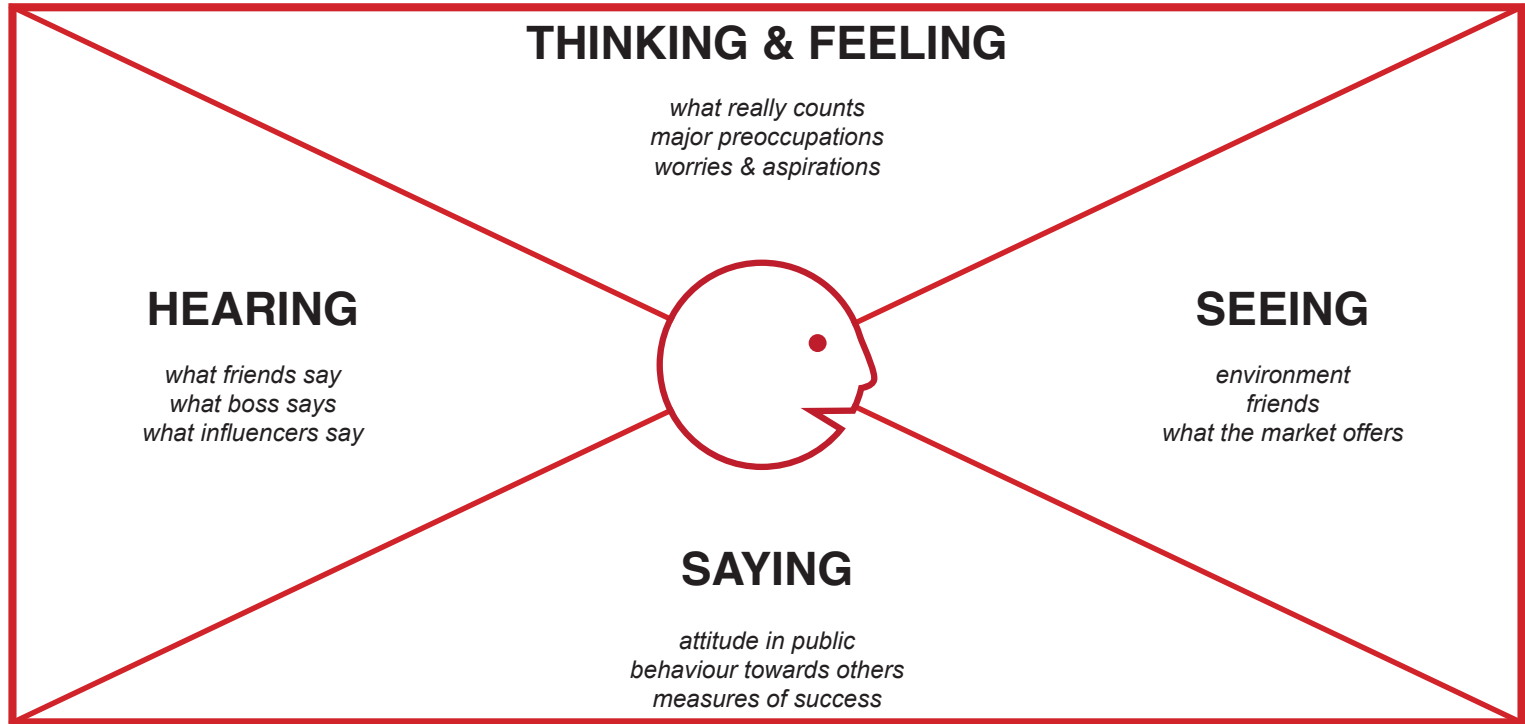
Prestazione  
Prestigio  
Status  
Potere  
Imposizione

# LA GIORNATA PERFETTA DAL PRODOTTO ALL'ESPERIENZA





# La gironata perfetta dei nostri ospiti preferiti



**negativ**  
fears  
frustration  
obstacles

**positiv**  
needs  
success factor  
obstacles



**POWER**

**EUFORIA**



**CHILL**

# La Giornata Perfetta – Esperienza Outdoor nel Cuneese

impatto “Wow”

apprendere

coinvolgere

prestazione  
di base

Base

ARRIVARE

SCOPRIRE

RESPIRARE

INCONTRARE

ENTRARE

PORTARE VIA

processo  
in fondo

processi  
di supporto

# LA GIORNATA PERFETTA

COINVOLGERE – APPRENDERE - WOW

- ARRIVARE**            quali sono i primi momenti, impressioni, immagini..
- SCOPRIRE**            quali esperienze, attrazioni, avventure rimarrano nella memoria
- RESPIRARE**            come ospite – dove posso rinascere, riprendere energia, rallentare, trovare silenzio, arrestarmi..
- ENTRARE**              quali esperienze enogastronomiche tipiche posso raccogliere
- INCONTRARE**          chi incontrerò lungo i sentieri, percorsi... (persone del posto..)
- PORTARE VIA**          che tipo di ricordi posso portarmi via (relazioni, amicizie.)

# La Giornata Perfetta – Esperienza Outdoor nel Cuneese

impatto “Wow”

apprendere

coinvolgere

prestazione  
di base

Base

ARRIVARE

SCOPRIRE

RESPIRARE

INCONTRARE

ENTRARE

PORTARE VIA

processo  
in fondo

processi  
di supporto



**Interreg**  
**ALCOTRA**

Fonds européen de développement régional  
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE  
UNIONE EUROPEA

**ALPIMED**

**PATRIM**

**GRAZIE!**



**MARIO BAIER**

 **TOURISM  
CONSULTING INT.**

+43 664 8427877

[baier@mb-tourism.com](mailto:baier@mb-tourism.com)

[www.mb-tourism.com](http://www.mb-tourism.com)