



La comunicazione prende quota

La settimana “verde”
della comunicazione turistica
15 - 21 settembre 2014

San Martino di Castrozza - Primiero

La settimana "verde" della comunicazione turistica coniuga un percorso formativo di alta specializzazione ad un soggiorno di relax e cultura, in formula all inclusive. Si pone l'obiettivo di formare e aggiornare i soggetti che dovranno conoscere, interpretare e diffondere le peculiarità e le eccellenze di un territorio e dei servizi turistici: figure professionali che già operano nel settore, o che intendono avvicinarvisi, preparati a vincere la sfida anche sul fronte dei new media. In questo contesto San Martino di Castrozza e Primiero rappresentano lo scenario ideale per apprendere e creare la comunicazione turistica del futuro.



La Settimana

Le Settimana "verde" della comunicazione turistica coniuga formazione e relax. La formula prevede quotidianamente mezza giornata di lezioni frontali in aula o all'aperto, a cui si aggiungono escursioni e visite guidate organizzate dell'Apt di San Martino di Castrozza-Primiero in affascinanti luoghi d'interesse turistico del Trentino, aziende e parchi delle Dolomiti.

Il corso

- ▶ "Una comunicazione efficace per lo sviluppo turistico" si propone di offrire le conoscenze necessarie per mirare correttamente la propria azione comunicativa.
- ▶ Fornisce gli strumenti per produrre un piano d'azione corretto ed efficace, in particolare evitando i comportamenti che, spesso inconsapevolmente, producono effetti negativi.

*So bene che l'80% delle mie spese
di comunicazione è buttato via,
ma non so qual è il 20% utile*

Henry Ford



A chi è rivolto

Figure che operano nelle strutture di comunicazione nell'ambito turistico, giornalisti, studenti, addetti stampa, imprenditori, operatori e amministrazioni pubbliche, Apt/Ept, che vogliono sviluppare specifiche competenze di comunicazione nel settore.

Metodologia

La formazione è di tipo teorico-pratico, ricca di esercitazioni, case history, role play, prove individuali e di gruppo.

Obiettivi

Al termine del corso il partecipante sarà in grado di:

- ▶ gestire in autonomia piani di comunicazione e marketing per lo sviluppo turistico curandoli dalla fase di proget-

tazione, all'organizzazione di eventi, alla produzione di contenuti;

- ▶ promuovere la struttura turistica anche on-line utilizzando modalità di comunicazione web;
- ▶ posizionare la propria offerta e rispondere in maniera adeguata alle sfide del mercato turistico.

Nel dettaglio, il partecipante saprà:

- ▶ utilizzare strumenti di marketing per promuovere un territorio in relazione al suo contesto socio-geografico;
- ▶ operare nella gestione, comunicazione e promozione aziendale, nel coordinamento, sviluppo e commercializzazione dei servizi turistici;
- ▶ organizzare eventi e congressi;
- ▶ lavorare a contatto con il cliente;
- ▶ scrivere testi efficaci.



PIANO DEGLI STUDI:

Martedì – Lezione all’aperto in Val Canali

(in caso di maltempo, al coperto)

La teoria delle 4A

Attrattività (Local BrandEquity: le caratteristiche vincenti del territorio)

Accessibilità (Quanto il territorio è raggiungibile)

Accoglienza (Come i turisti vengono ospitati)

Adattabilità (Quanto il territorio è disponibile ai cambiamenti)

Mercoledì – Presso Sala dell’ApT

✓ La rilevazione dello scenario

✓ L’Analisi SWOT

✓ Punti di forza e Punti di debolezza
dell’organizzazione

✓ Opportunità e Minacce del mercato

L’analisi dei competitori

✓ La mappa dei concorrenti diretti e indiretti

✓ L’identificazione dello USP (Preposizione
di Vendita Unica) in base al vantaggio
competitivo.

Selezione dei pubblici in obiettivo

✓ Tipologie: target di utilizzo, target
d’acquisto, target influente.

✓ Clienti Potenziali e Clienti Effettivi.

✓ I Cluster socio-demografici e psicografici

✓ I 7 cluster turistici

Giovedì – Presso Sala dell’ApT

✓ Stakeholder Engagement

✓ La misurazione degli influenti e degli stakeholder
in termini di: Influenza/Potere, Relazione/Fiducia,
Antagonismo/Alleanza.

✓ I documenti strategici delle singole organizzazioni
Mission
Vision

CSR (Corporate Social Responsibility)

✓ Strategie di posizionamento:

La matrice BCG

La matrice di Ansoff

La matrice Blu Ocean

IL PRO

Lunedì 15 settembre

Arrivo nel pomeriggio

Presentazione ufficiale e brindisi di saluto

19.30 Cena in hotel

Martedì 16 settembre

8.30-12.00

Lezione all’aperto in Val Canali - In caso di maltempo
lezione a Primiero (sala messa a disposizione da ApT S. Mart)

12.30 Pranzo in Val Canali - nel cuore del Parco naturale

Paneveggio Pale di San Martino

15.00 Visita a Villa Welsperg

19.30 Cena in hotel

Mercoledì 17 settembre

8.30 -12.00 Lezione nella Sala Negrelli, Comunità di Primiero

13.00 Pranzo nella Valle del Vanoi cuore verde del Trentino

15.00 Alla scoperta dell’Ecomuseo del Vanoi

19.30 Cena in hotel

Giovedì 18 settembre

8.30-12.00

Lezione nella Sala Negrelli Comunità di Primiero

12.30 Pranzo a Primiero presso un ristorante a marchio
GWP

15.00 Prova veicoli elettrici GWP e visita ad una
centrale a biomassa

19.30 Cena in hotel

San Martino di Castrozza, Primo 15-21 settembre 2014

icace per lo sviluppo turistico

✓ Obiettivi di marketing

Quale % di incremento si vuole ottenere, in quale mercato, entro quanto tempo.

GRAMMA

Venerdì 19 settembre

8.30 Visita al Caseificio Sociale del
Primo

10.00 Visita guidata a Mezzano - Uno dei Borghi
più belli d'Italia

12.30 Pranzo in hotel

15.00 -18.00 Lezione nella Sala Negrelli, presso la sede
della Comunità di Primo

19.30 Cena al Rifugio Caltena - Rifugio del Gusto

Sabato 20 settembre

9.30 Risaletta con gli impianti a quota 2.700 metri

10.00 -13.00 Lezione all'aperto
sull'Altopiano delle Pale di San Martino. In caso di maltempo
lezione a San Martino.

12.30 Pranzo presso il rifugio Rosetta

15.00 Rientro

19.30 Cena in hotel

Domenica 21 settembre

9.00 Escursione a Passo Rolle nel cuore delle Dolomiti
Patrimonio Unesco

12.30 pranzo a Passo Rolle

Consegna dei diplomi, commiato

Rientro

Venerdì - Presso Sala dell'ApT

✓ Obiettivi di comunicazione

✓ Cosa s'intende comunicare? Cosa si vuole ottenere?

La strategia di comunicazione:

- ✓ Pubblicità (Advertising Copy Strategy: Promise, ReasonWhy, Mood Tone)
- ✓ Sales Promotion (Azioni di Trial & Azioni di Loyalty)
- ✓ Public Relations (Relazioni con gli stakeholder, Media relations, News letter, Eventi).
- ✓ Media strategy (comunicazione integrata):
 - ✓ Above the Line (Mezzi di massa off line)
 - ✓ Below the Line (Transmedialità, Comunicazione Virale, Comunicazione Non Convenzionale)
- ✓ Presenza diffusa sul web, direct mailing, materiali da banco, stampati pubblicitari.

Sabato - Lezione all'aperto

Consigli personalizzati su strategie di comunicazione richieste dai partecipanti.

Docente:

Prof. Enrico Cogno

- ❖ Docente presso LUISS Management.
- ❖ Docente della Facoltà di Scienze della Comunicazione presso UTU - Università Telematica Internazionale UNINETTUNO-IULM.
- ❖ Membro della Faculty di CONSEL del Gruppo ELIS.
- ❖ Direttore del Master in Communication Management del Centrostudi Giornalismo e Comunicazione.
 - ❖ Direttore Responsabile di LUXURY, periodico dell'eccellenza del Made in Italy.
- ❖ È autore di *Comunicazione e tecnica pubblicitaria nel turismo* (con Giorgio Dall'Ara) Franco Angeli 2005



Centrostudi Giornalismo e Comunicazione

Centrostudi Giornalismo e Comunicazione è la scuola del Centro di Documentazione Giornalistica, da oltre 47 anni leader nel settore della comunicazione e dell'informazione specializzata per comunicatori, giornalisti e professionisti delle relazioni pubbliche.

L'attività di formazione del Centrostudi Giornalismo e Comunicazione è dedicata a chi vuole aggiornarsi, specializzarsi, riqualificarsi o anche solo avvicinarsi a questi mondi. Siano essi curiosi, principianti o professionisti.

L'offerta del Centrostudi Giornalismo e Comunicazione comprende percorsi formativi online, frontali e 'su misura' agili, specializzati, tecnologicamente avanzati, che si avvalgono di oltre 47 anni di conoscenza profonda di questi ambiti professionali e delle loro regole.

Il Centrostudi Giornalismo e Comunicazione è partner della Federazione della Stampa Italiana e dell'Ordine dei Giornalisti per il quale realizza i volumi e la piattaforma di e-learning per la preparazione all'esame da giornalista professionista e per la formazione professionale continua.

La Faculty, sotto la guida di un Comitato tecnico e il coordinamento di un Comitato scientifico, è composta da accademici e professionisti di alto livello del mondo dell'editoria, della comunicazione in rete, del giornalismo, della comunicazione d'impresa, delle relazioni pubbliche, delle scienze manageriali.

ISCRIZIONI E PRENOTAZIONI: Centrostudi Giornalismo e Comunicazione
Tel. 06/6798148 - Mirko Bruschi: mirkobruschi@giornalismoecomunicazione.it

Centrostudi Giornalismo e Comunicazione
Dipartimento del Centro di Documentazione Giornalistica
Piazza di Pietra 26, 00186 Roma
tel. 06/69940143 - 06/6791496, fax 06/6797492
www.giornalismoecomunicazione.it
info@giornalismoecomunicazione.it

Il Centrostudi Giornalismo e Comunicazione
ha ottenuto la certificazione ISO 9001.



390517

Pacchetto della Settimana “verde” della comunicazione turistica

15-21 settembre 2014

San Martino di Castrozza - Primiero

Il pacchetto comprende:

- corso “Una comunicazione efficace per lo sviluppo turistico” come da programma;
- ospitalità dal lunedì alla domenica (sei notti) con pernottamenti in hotel 3 o 4 stelle con trattamento in pensione completa (mezza pensione in albergo e pranzo/cena come da programma presso i ristoranti/rifugi);
- escursioni e visite guidate come da programma;
- bevande ed extra in hotel sono esclusi e quindi da regolare in loco al momento della partenza.

I prezzi di seguito indicati si intendono a persona con sistemazione in singola o in doppia, IVA inclusa

Hotel Castelpietra *:**

doppia standard: 1.170 euro

doppia uso singola: 1.230 euro

Hotel Conca Verde *:**

doppia standard: 1.150 euro

singola effettiva: 1.180 euro

Hotel La Perla *:**

doppia minimal: 1.090 euro

singola effettiva: 1.150 euro

Art&Music Hotel Isolabella **:**

doppia comfort: 1.300 euro

singola comfort: 1.300 euro

Hotel Mirabello **:**

doppia comfort: 1.300 euro

doppia uso singola: 1.510 euro

Tutti i dettagli degli hotel sono consultabili sul sito www.sanmartino.com

Nel caso di accompagnatore che non svolga il corso:

❖ euro 500 nelle strutture a 3 stelle;

❖ euro 650 nelle strutture a 4 stelle.





Le settimane della comunicazione nascono da un'idea di Ettore Zampiccoli, sono promosse e organizzate da Azienda per il turismo San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi e dal Centrostudi Giornalismo e Comunicazione, con il Patrocinio di Trentino Sviluppo/Divisione Turismo e del Dipartimento economia e management dell'Università di Trento.

Le Dolomiti Patrimonio Unesco dominano San Martino di Castrozza e Primiero, mete ideali per chi desidera una vacanza attiva all'insegna del benessere e dello sport all'aria aperta. Tra le tappe imperdibili della vacanza ai piedi delle Pale di San Martino vi sono i borghi di Primiero, la valle del Vanoi, l'Altopiano delle Pale e il vicino Passo Rolle con la Val Venegia, scenari naturali di rara bellezza insigniti di recente delle ambite "due stelle" del Touring Club Italiano. Numerose le attività praticabili, dalla mountain bike all'hiking, dal canyoning al trekking, da alternare a gustose soste enogastronomiche lungo la strada dei Formaggi delle Dolomiti. L'attenzione per l'ambiente e la messa in atto di azioni concrete per preservare un paesaggio unico contraddistinguono da sempre questo angolo di Trentino che a maggio si è aggiudicato il prestigioso premio Comuni Rinnovabili 2014 di Legambiente.

