



SARA PAOLUCCI

Da più di sette anni lavora nel settore del turismo.

Lavora per massimizzare le performance di hotel e campeggi in contesti molto competitivi, attraverso lo studio di strategie tailor made e con incontri di consulenza e formazione. In passato si è occupata di web marketing, social media e newsletter per OTA e agenzie viaggio.

Comunicare con i propri clienti, da sconosciuti a testimonial



MARCO BARONI

Socio fondatore e Amministratore Delegato di TITANKA! Spa, importante agenzia web con clienti, sia in ambito turistico che aziendale in tutto il territorio nazionale.

Dal 2000 sviluppa progetti web e coordina sviluppatori, grafici e esperti di web marketing al fine di raggiungere risultati misurabili in ambito digital. Svolge attività di Consulenza per PMI, enti e istituzioni nazionali, aziende del settore turistico e

ricettivo e grandi realtà internazionali.

Il suo hobby preferito è sperimentare insieme al suo team di esperti nuove tecniche innovative per aumentare i fatturati on line sia di strutture ricettive che di siti e-commerce.

È l'ideatore di MYREPLY - Il metodo professionale di vendita camere: il nuovo strumento on line che sta rivoluzionando la vendita e la relazione con i clienti in ambito turistico.

Marketing Automation per hotel: “automazione e processi di comunicazione con i clienti per vendere meglio e di più”

Oggi, come in passato, è indispensabile comunicare con i propri clienti, la comunicazione è relazione e le relazioni, costanti nel tempo, generano fiducia e soprattutto vendite. Comunicare in maniera costante e personalizzata, con ogni singolo cliente e in ogni fase di prenotazione (prima – durante – dopo il soggiorno) è il fattore fondamentale per mettere il turbo al vostro business. Se non comunichi e non automatizzi i tuoi messaggi, di certo qualcuno lo farà al posto tuo (con i tuoi clienti).



GIAN MARCO MONTANARI

Nato a Rimini da una famiglia di albergatori, Gian Marco è appassionato di sport, viaggi e tutto ciò che riguarda il marketing. Aiuta gli hotel ad ottimizzare l'organizzazione e incrementare il fatturato attraverso il software gestionale. Negli anni ha seguito personalmente lo sviluppo di oltre 200 hotel in Italia e all'estero.

4 Strategie per incrementare il Revenue nella tua struttura

Come massimizzare l'occupazione, in modo semplice ed automatico, senza abbassare i prezzi. Come ridurre il tasso di cancellazioni, senza utilizzare restrizioni “non rimborsabili”. Metodi di previsione della domanda a confronto, qual è il più efficace e perché? Strategie di Up-Selling e Cross Selling, come applicarle in modo semplice e immediato.



GIULIANO LANZETTI

Nasco a Rimini da una famiglia di imprenditori riminesi, dopo aver fatto importanti esperienze lavorative presso i migliori locali di Rimini e Riccione, dal 2003 sono titolare del Bounty di Rimini. Aperto 365 giorni all'anno, il Bounty Adventure Club, è riconosciuto come il locale del settore più famoso d'Italia. Il mio staff è composto da 55 persone impiegate stabilmente.

Dopo tanti viaggi, formazione e molti errori, sono riuscito a creare un metodo infallibile composto da tecniche e procedure, che insegno tutt'oggi agli imprenditori che vogliono intraprendere un percorso di

cambiamento nel gestire la propria attività. Negli ultimi 6 anni il mio locale è sempre cresciuto regolarmente. Una crescita costante del 20% che mi ha portato a raddoppiare il fatturato nell'arco di cinque anni. Tutto questo, con uno sforzo minore e impegnando un terzo del tempo. Dal 2013 aiuto i ristoratori ad ottimizzare ed incrementare esponenzialmente il loro fatturato condividendo il mio metodo. Ed è per questo che ho creato Pienissimo un'impresa che ha lo scopo di far raggiungere agli imprenditori del settore ristorazione e intrattenimento altissime performance, seguendo in modo sistematico una serie di regole scrupolosamente elaborate.

Trasforma il tuo locale in un brand vincente

Negli ultimi anni la ristorazione sta attraversando un periodo di grandi cambiamenti, bisogna sapersi distinguere dai competitors attraverso attività strategiche.

Parlerò di 3 tipi di clienti che devi conoscere e approcciare con 3 tecniche differenti, come creare una campagna di marketing su misura per il tuo locale e quali sono i giusti investimenti che devi fare per acquisire nuovi clienti.



JENNY MINA

Dal 2006, ricopre il ruolo di Seo Specialist e di responsabile del reparto SEO. Si occupa delle campagne promozionali online, dall'attività di ottimizzazione fino allo studio di strategie promozionali e di web marketing per la massimizzazione dei risultati, sia in termini di visibilità che di vendite e fatturato. Negli ultimi anni si è specializzata nella risoluzione di criticità legate alle penalizzazioni del motore di ricerca Google legate ai nuovi algoritmi e alle penalità manuali oltre allo studio di campagne promozionali online per local e traffico mobile. Dal 2015 fa parte dell'organico di Be-Wizard Lab come formatrice.

La promozione di una struttura ricettiva su Google nell'era mobile e local

Il consolidato mercato delle ricerche mobile è diventato il terreno di gioco per quanto riguarda la promozione delle strutture ricettive. L'avvento del mobile ha anche dato vita a un altro ramo di mercato che è quello Local su cui Google punta sempre di più. Insieme valuteremo i dati delle ricerche mobile e locale e vedremo quali sono gli strumenti per rendere visibile la tua attività.



LEONARDO PRATI

Muove i primi passi sulla rete nel lontano 1993 progettando i primi siti internet per le strutture ricettive e partecipando alla realizzazione di numerosi portali di importanti destinazioni turistiche. Attualmente progetta e gestisce strategie di comunicazione integrata per aziende in vari settori.

Certificato in Inbound Marketing, affianca le aziende nelle scelte e nelle strategie da adottare atte a garantire una corretta presenza e visibilità online. Relatore nei più importanti eventi dedicati al WebMarketing su

tutto il territorio Italiano è docente di Web Marketing presso Business

International, TAG Innovation School e presso il Campus Internazionale Alberghiero.

Ha formato responsabili marketing di aziende come Mercedes, Epson, Carrefour, Illy, TIM e molte altre. Al Giovedì conduce un appuntamento live su Facebook chiamato PigiamaPraty, dove racconta le novità della rete e le tendenze del web marketing.

Leonardo è sempre alla costante ricerca di strategie atte a migliorare la presenza online delle aziende.

Video Marketing: dallo storytelling allo UGC

Il video come forma di comunicazione sta prendendo sempre più spazio nelle nostre bacheche dei social network e nella comunicazione generale, partiamo con questo viaggio scoprendo le tecniche, i tool e le procedure ideali per produrre un video pronto per essere visto online. Costruiamo un filo narrativo e scopriremo come utilizzare gli UGC per la nostra strategia di comunicazione.

Strategie di Lead Generation :come valorizzare ogni singolo contatto che arriva dalla rete.

Cataloghi, acquisto di spazi su riviste e cartelloni pubblicitari, telefonate a freddo: sono azioni di marketing ormai inutili se non accompagnate da una buona strategia web che indichi le tattiche e le tecniche adeguate per portare contatti diretti all'azienda. L'obiettivo dell'intervento è proporre ai direttori commerciali delle strutture ricettive la costruzione e la gestione di un sistema che generi lead in automatico: acquisire contatti profilati, aumentare traffico e iscrizioni al sito, convertire utenti generici a utenti interessati, generare vendite.



ESTER FRANZIN

Social Media Manager e Strategist per Social Più srl, si occupa da diversi anni di Marketing e Comunicazione nel settore turistico e ricettivo. Al di là del concetto di visibilità e di Brand Awareness, crede che i Social Media siano concrete risorse di business, che possono e devono essere finalizzate all'aumento del fatturato. Ogni giorno aiuta decine di entità turistiche del territorio italiano a migliorare la propria comunicazione con strategie e campagne pubblicitarie ad alta redditività, analizzando sempre i dati in

un'ottica di cooperazione con i suoi clienti per raggiungere il massimo dei risultati possibili.

Strategie di Social Media Marketing

Quante volte ti sei sentito ripetere che Facebook non ti porta reali prenotazioni? L'obiettivo di questo incontro è farti cambiare idea: andremo ad analizzare quali sono gli errori più comuni da non commettere e come si costruisce una strategia di social media marketing efficace per la tua struttura turistica. In pochi passaggi potrai apprendere quali sono quegli strumenti dei quali non potrai (e vorrai) più fare a meno per far decollare la tua azienda e analizzeremo insieme i casi di chi, grazie a Facebook, ha consolidato il suo brand e allo stesso tempo ha portato prenotazioni concrete!



STEFANO LUCCHI

Consulente marketing e Project Manager del gruppo Titanka! Stefano dal 2001 analizza e pianifica strategie di web marketing per il settore turistico. Appassionato di numeri, statistica e formazione, negli anni ha accompagnato gli hotel della Riviera Romagnola ad ottimizzare e diversificare gli investimenti di marketing, riducendo i rischi e massimizzando i profitti.

La Brand Reputation è il principale fattore di marketing. Come gestirla e generare profitti.