

Marketing Turistico Territoriale

Gp.Studios – Via del Cavone 7, 47100 Forlì – tel e fax 0543 84099 – www.gpstudios.it – info@gpstudios.it

Marketing turistico territoriale

Si compone di tutte quelle azioni volte alla promozione e commercializzazione del prodotto “territorio”.

Micromarketing: a cura dei singoli imprenditori, tramite la realizzazione di un sistema integrato.

Macromarketing:

a cura di enti pubblici ed amministrazioni > Maison de France, Enit, DZT



Educational

Workshop

Fiere

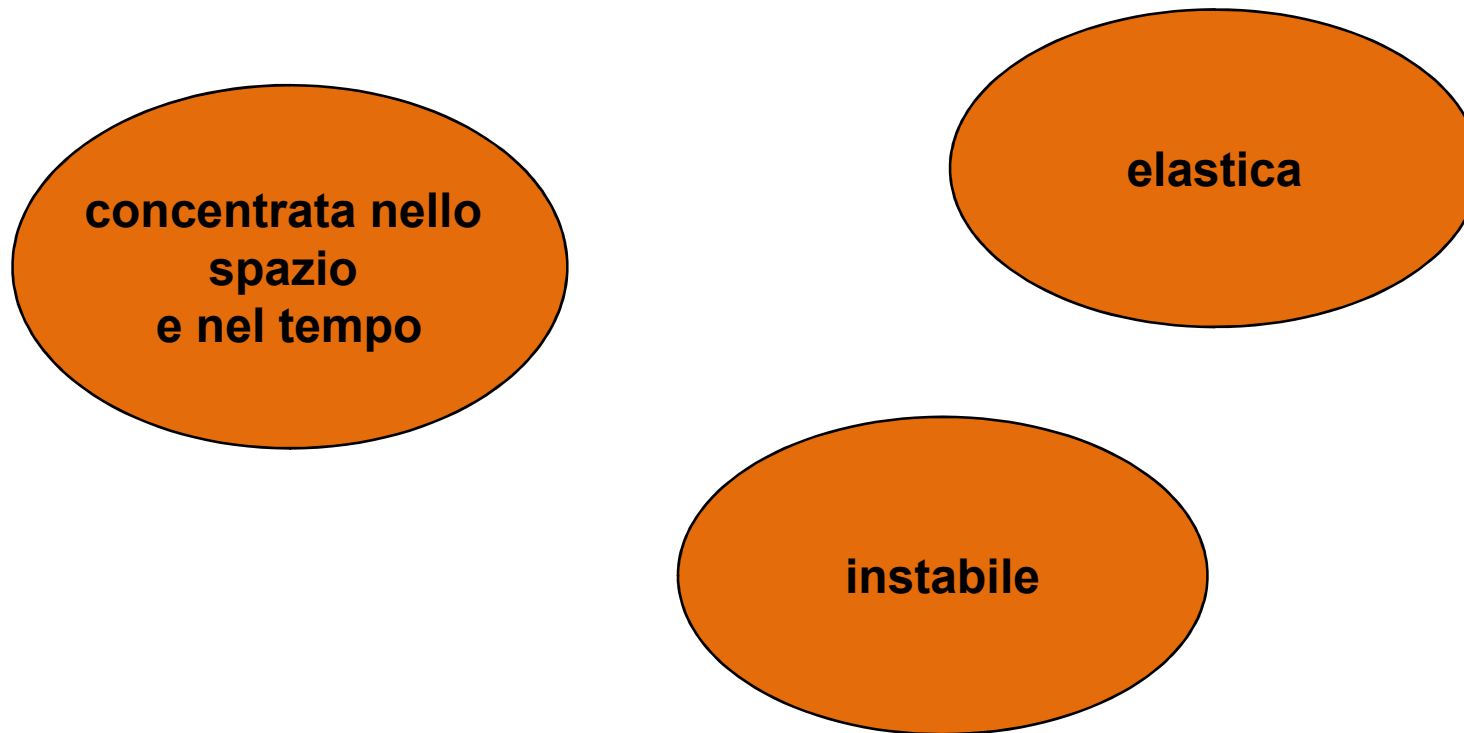
Pubblicità

Campagne promozionali

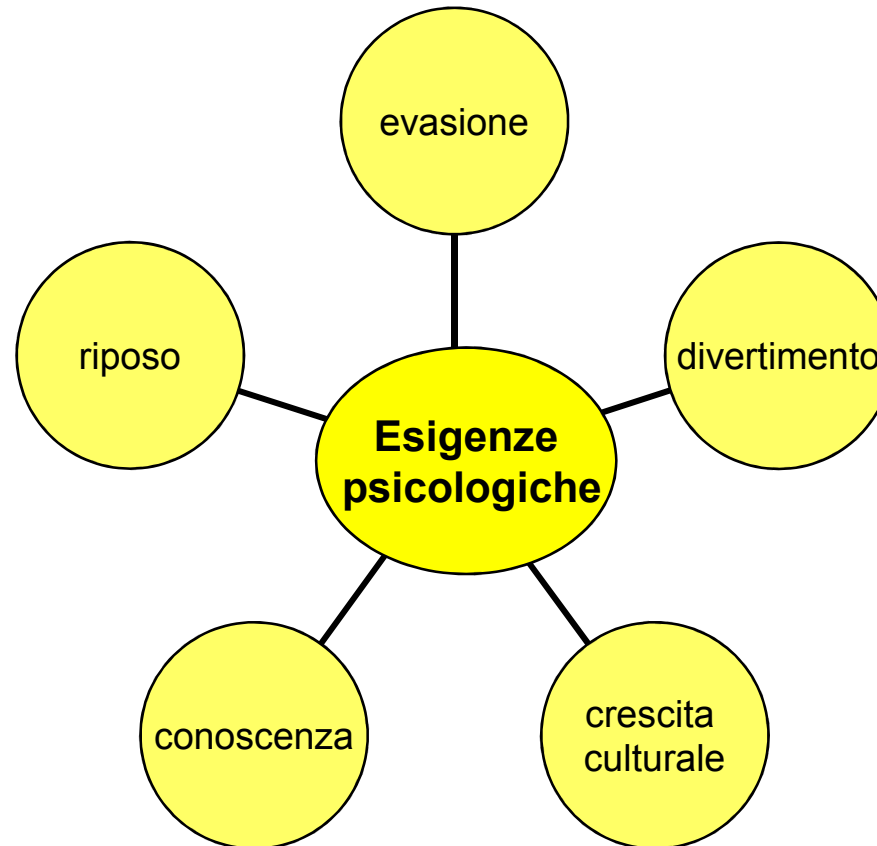
Le **key words** del **mkt territoriale**

- Fare sistema
- Migliorare ciò che si ha dentro per comunicarlo meglio fuori
 - Armonizzare l'offerta turistica
 - Formare gli operatori

Domanda turistica :
analisi psicologica



Il **turista** che si mette in viaggio è spinto da



**Offerta turistica:
i servizi**

trasporto

ricettività

vendita prodotti

obiettivo del viaggio

Sofia

accessori

rinforzo domanda

organizzazione

L'**offerta turistica** moderna deve contenere tutti gli elementi
della **Sofia**

S	>	shopping
O	>	originalità
F	>	fitness
I	>	intelletto
A	>	alimentazione

Pacchetti turistici e azioni di co-marketing: l'offerta vincente

Pacchetti

Proposte

Progettare offerte turistiche

Cosa

Calcolo dei costi

Chi

Promozione

Come

Vendita Post-Verifica

Promozione strutture e pacchetti

