

5 CONSIGLI PER AFFRONTARE LE SFIDE DI OGGI

1) Punta sulla formazione

In queste settimane di sospensione forzata può esserci spazio per analizzare la tua azienda, per capire quali sono i punti di forza e per intervenire su quelli di debolezza per farti trovare pronto nel momento della ripartenza. E' essenziale curare la tua formazione e quella dei tuoi collaboratori. Con lo sviluppo costante del tuo bagaglio di conoscenze e competenze potrai leggere il mondo in maniera efficace e dinamica, ottimizzando gli sforzi e massimizzando i risultati!

E' anche l'occasione per fornire nuovi stimoli ai tuoi collaboratori perché, come ben sai, il servizio incide in media per il 75% nel giudizio di un cliente.

Gli strumenti a tua disposizione:

Welevel Ti ricordiamo che il 3 aprile scadevano i termini per accreditarsi e accedere gratuitamente (grazie alla collaborazione di Asat, Unat, Trentino Marketing e Ente Bilaterale del Turismo e delle apt trentine) alla piattaforma Welevel ed a centinaia di videocorsi su ospitalità, ristorazione e benessere. 832 operatori si sono accreditati e oltre il 90% ha utilizzato la piattaforma più di una volta.

Se non lo avete ancora fatto potete accedere, registrandosi al presente [*link*](#), scegliendo il piano tariffario melevelPRO ed inserendo il codice sconto WE_TRENTINO2020, avendo poi a disposizione la gratuità per 30 giorni. Se non lo hai ancora fatto ti invitiamo a farlo il prima possibile, ci stanno arrivando riscontri positivi da parte di tuoi colleghi che nel frattempo hanno già avuto modo di seguire qualche tutorial e webinar.

Nella sezione operatori del nostro sito troverete tutte le modalità per l'iscrizione.

2) Non ridurre le tariffe, punta su strategie differenti

Non cedere all'incertezza ed alla paura del momento e cerca di strutturare la tua strategia commerciale in maniera razionale e sulla base delle informazioni e storici in tuo possesso. Tieni a mente che chi oggi acquista o non acquista un

viaggio lo fa per ragioni diverse dal prezzo. La fisiologica riduzione della domanda è una conseguenza della crisi sanitaria e la leva del prezzo in questo momento è ininfluente. Ridurre le tariffe non porterà a risultati positivi, anzi, ecco i principali rischi:

- maggiore difficoltà a ritornare ai livelli pre-crisi;
- caduta dei profitti e dell'immagine;
- circolo vizioso di gara al ribasso tra competitor;
- rischio di abbassamento della qualità con conseguente insoddisfazione del cliente;
- basso tasso di fidelizzazione: il cliente che sceglie in base al prezzo non ritorna, se non per convenienza.

I nostri suggerimenti:

- segui la tua linea tariffaria;
- offri politiche tariffarie e di cancellazione flessibili: maggiore flessibilità aiuta e incentiva chi sta pensando, nonostante tutto, alle vacanze;
- riduci al minimo le restrizioni al soggiorno (minimum stay, giorno di arrivo vincolato, etc.);
- offri valore aggiunto rispetto ai precedenti standard (abbina i servizi offerti dalla card "vendendoli come una cosa tua e che offri tu al tuo ospite);
- lavora sul periodo tra la data di prenotazione e la data di arrivo, informando il tuo ospite su quello che potrebbe fare una volta arrivato qui e le eventuali novità da te realizzate, o ancora un semplice ciao ti stiamo aspettando e
- cancellazioni: ricorda, i tuoi clienti non stanno cancellando la loro prenotazione perché non vogliono più venire da te, stanno solo rinviando la loro vacanza a quando la situazione sarà stabile. Cerca di assicurare i clienti e preferisci strumenti come i voucher, da spendere in futuro.

3) Aggiorna e cura il tuo sito

Considerati gli scenari di incertezza che stanno indebolendo il mondo dell'intermediato, il sito della tua struttura diventerà ancora di più un riferimento affidabile per i tuoi ospiti. Alcuni studi prevedono che ci sarà un

maggior contatto con voi per essere rassicurati e rincuorati, abbandonando invece la “freddezza e spersonalizzazione” delle agenzie di viaggio.

I nostri suggerimenti:

- tieni aggiornato il tuo sito nei suoi contenuti e per quanto riguarda i dati di contatto. Metti bene in evidenza lo stato attuale di apertura o chiusura;
- analizza le performance durante le stagioni passate (pagine più cercate, tassi di conversione, etc.) e ottimizzalo nelle sue funzionalità, struttura ed estetica. Lavora sulle immagini, preferendone di rassicuranti, e sui testi, ricordando di mantenere sempre uno sguardo all'usabilità, anche da dispositivo mobile;
- punta su ciò che è essenziale, tu sai cosa ti hanno chiesto i tuoi clienti in questi anni, vedi di eliminare quello che è superfluo e concentrati sulle cose che loro usano e ti chiedono di più. Se possiamo fare qualcosa per te non esitare a contattarci e dove possiamo vediamo di venirti incontro;
- cura la traduzione, dando priorità ad inglese e tedesco e olandese;
- agisci in prima persona, crea empatia e rassicura l'ospite. Puoi includere una sezione dedicata alla storia dei produttori/artigiani locali da veicolare poi sui tuoi social o raccontare la storia della tua famiglia;
- inizia a pensare alle offerte per i tuoi futuri ospiti, analizzando quali sono stati in passato i servizi più richiesti e apprezzati, quali quelli su cui potresti apportare dei miglioramenti o che potresti sviluppare ulteriormente (late check out, trattamenti spa, informazioni su tour ed escursioni, noleggio di attrezzatura, etc.). Non limitarti all'anno in corso ma estendi la tua progettualità al 2021!
- presidia e cura i principali canali digitali che il turista consulta per scegliere e prenotare la struttura ricettiva, inserendo immagini recenti e descrizioni dettagliate, analizzando le recensioni e rispondendo a quelle “rimaste indietro”. Puoi raccogliere quelle più positive e significative e mostrarle in una sezione dedicata sul tuo sito.

Gli strumenti (tool) a tua disposizione:

/ widget del sistema Valsugana e Trentino

Sono strumenti gratuiti, efficaci e semplici all'uso che facilitano la prenotazione diretta dal sito ed integrano la tua offerta di prodotto.

TrustYou

Se non lo hai ancora fatto, scarica il widget di TRUSTYOU, partner di Google, che ti permetterà di presentare sul tuo sito le recensioni verificate in modo semplice e aggregato.

4) Mantieni la relazione con i tuoi ospiti

Continua a comunicare con i tuoi ospiti, incuriosisci quelli potenziali e coccola quelli fidelizzati. Fagli sentire che ci sei, che non ti sei fermato e che stai lavorando per loro.

I nostri suggerimenti per la gestione dei tuoi canali social:

- blocca le campagne pubblicitarie attive;
- cura le relazioni: ora che hai più tempo a disposizione rispondi ai commenti e dedicati all'interazione con la tua community e ad una interazione diretta e personale con i tuoi ospiti fidelizzati;
- imposta una comunicazione onesta e trasparente utilizzando un tono sereno e positivo, con immagini rassicuranti (in casa, all'interno, in cucina). Non utilizzare immagini con troppe persone e di ambienti esterni;
- crea delle rubriche che permettano di mantenere attivo il legame con il cliente (una ricetta alla settimana, un video di presentazione dei vari componenti dello staff alla settimana, una foto ricordo, etc.), collabora coi produttori/artigiani locali raccontando le loro storie e chiedendo loro di fare lo stesso;
- analizza il contesto social prima di pubblicare i tuoi post, rendi la tua comunicazione coerente con l'ambiente esterno e analizza gli insights messi a disposizione dalle piattaforme social (target di riferimento, engagement, etc.).

5) Ricorda: la forza del sistema è maggiore della somma delle singole forze

Questa è una riflessione importante, che vale sempre la pena tenere a mente. In questa situazione incerta, un altro aspetto essenziale è l'azione coordinata del sistema Trentino in vista della ripresa del mercato turistico.

Un ruolo essenziale in questa direzione giocano gli strumenti di sistema, che ti possono aiutare a gestire la tua struttura e a migliorarne la performance in maniera coordinata con gli altri operatori.

Gli strumenti a tua disposizione:

H-Benchmark

È uno strumento che mettiamo a disposizione a titolo gratuito per gli operatori del ricettivo, e permette di:

- analizzare le performance della tua struttura, monitorando anche le dinamiche di prenotazione / cancellazione per periodo, mercati o canali;
- confrontare tutti i principali indicatori (prezzo, occupazione, prenotazioni,...) con i dati medi del gruppo dei tuoi competitor e del tuo territorio;
- supportare le migliori scelte di marketing e commerciali sulla base di dati complessivi, reali ed aggiornati.

Aderire è semplice e veloce, ora con quasi tutti i gestionali.

Se non ne hai uno, questo è il momento di adottarlo.

Contattaci o senti direttamente innovazione@trentinomarketing.org per maggiori informazioni.

GuestCard

Se non offri ancora ai tuoi ospiti la Trentino Guest Card, attiva subito il tuo account dalla piattaforma STU oppure chiedi in APT a marketing@visitvalsugana.it o a innovazione@trentinomarketing.org.

Ti ricordiamo inoltre che a livello territoriale abbiamo creato dei servizi collegati alla Valsugana Guest Card. Il loro inizio programmato per maggio verrà esteso sino a fine ottobre per permetterci di avere maggiori servizi per gli ospiti e cercare di recuperare le presenze perse di marzo e aprile nei mesi di settembre e ottobre.