

TOURIST WEB MARKETING

Laboratorio

(Oristano, 3-4-5-6 Giugno 2015)

Programma

Obiettivi formativi

Fornire le conoscenze operative sui requisiti per l'efficace costruzione di un sito web aziendale, capace di creare engagement per il proprio target di riferimento.

Saper posizionare il proprio prodotto in rete e nei motori di ricerca e nei portali on line di promo commercializzazione.

Dalle attività di marketing online, disposizione dei budget, controllo e monitoraggio delle performance, alle attività ad alto impatto per la propria brand strategy.

Contenuti

1. Il sito web per una struttura ricettiva
2. L'ottimizzazione e posizionamento nei motori di ricerca
3. Il controllo e monitoraggio delle performance (web analytics e sistemi di tracciamento, etc.)
4. La distribuzione nei portali di commercializzazione, la definizione del pricing e la gestione della parity rate, la gestione della brand reputation
5. Come scegliere le attività e i canali di marketing più adeguati

Letture consigliate

A. Travaglini, S. Puerto, V. D'Amico. Digital Marketing Turistico. LSWR Modelli di Business (2015).

Oristano, 6 Maggio 2015