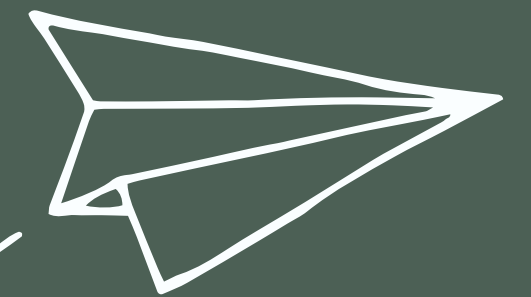


RIPARTIAMO DALLA
COMUNICAZIONE



LO SCENARIO

Il turismo rappresenta uno dei settori chiave per l'economia italiana che produce il 13% del Pil nazionale*, il 15% dell'occupazione e 17 miliardi di euro al saldo attivo della bilancia commerciale. A causa dell'emergenza coronavirus, si stima per il settore una perdita di circa 120 miliardi di euro**.

*dati World Travel Council

**dati Confturismo elaborati dal WTTC

COMPRENDERE IL CAMBIAMENTO

Una ricerca di GfK suggerisce che i viaggi sono tra i primi desideri degli italiani per il dopo crisi. Questo significa che il mercato non è morto, ma è solamente congelato.

COME AGIRE?

Non pensare solamente al "qui e ora".
La chiave è analizzare lo scenario
e anticipare le tendenze.

CHE FORMA AVRÀ LA SOCIETÀ POST CORONAVIRUS?

COME CAMBIERANNO GLI STILI DI VITA, LE ABITUDINI
E LE STRATEGIE DI CONSUMO DEGLI ITALIANI?

E IL LORO VALORI?

IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE

Ora più che mai è il momento di adottare una buona comunicazione, investendo a medio-lungo termine. La comunicazione, infatti, non deve essere un accessorio da sfoggiare solamente nei periodi più semplici, ma è più che mai necessaria nei momenti di difficoltà.

LA CHIAVE?

Essere presenti.

COMUNICARE I VALORI



Non è il momento di promuovere o vendere servizi, ma di rafforzare i valori aziendali.

CREARE EMPATIA



È necessario capire il consumatore post-trauma, condividere le sue preoccupazioni, rassicurarlo.

ESSERE RILEVANTI



Bisogna dimostrare di esserci anche in un momento di crisi, trovare soluzioni.

DIMOSTRARE QUALITÀ



I contenuti devono porre al centro il consumatore e creare consenso, senza cercare vantaggio commerciale o profitto.

FLESSIBILITÀ DELL'AZIENDA

Capacità di cambiamento e di chiedersi come portare valore aggiunto alla nuova realtà.



FIDUCIA DEL CONSUMATORE

che trova un riscontro alle sue paure e alle sue reali esigenze.

MAGGIORE RICEZIONE ALLA
COMUNICAZIONE ONLINE
DA PARTE DEGLI UTENTI

che in quarantena hanno
guadagnato dimestichezza con i
canali digitali.

VIAGGI DIFFUSI DURANTE L'ANNO
e non più concentrati nel solo
periodo estivo.

IN FUTURO?

VIAGGI DI RIVALSA

Per fronteggiare lo stress e
dimenticarsi dell'emergenza
sanitaria.

CHI SONO

Federica Taiana, digital copywriter e content creator freelance specializzata nel settore del turismo.

DI CHE COSA MI OCCUPO

- SEO copywriting
- Contenuti per siti e blog aziendali
- Social network
- Storytelling
- Editing e revisione di testi
- Consulenza strategica



CONOSCIAMOCI



www.federicataiana.it



federica@taiana.org