

IL LOCAL EXPERT

fare business nelle smart cities



FIERA DEL LAVORO INTRAPRENDENTE 2017
ROZZANO

IL WEB È IN CRESCITA E RAGGIUNGE IL 42% DELLA POPOLAZIONE MONDIALE



PENETRAZIONE
INTERNET IN
ITALIA

+60%



ITALIANI CHE
ACCEDONO
TUTTI I GIORNI

40%



PERSONE ATTIVE
ALMENO SU UN
SOCIAL

46%

QUASI 35 MILIONI DI ITALIANI HANNO USATO IL WEB NEL 2015



**OLTRE 24
MILIONI HANNO
FRUITO DI
CONTENUTI
CULTURALI**



**OLTRE 18 MILIONI
SONO SUI SOCIAL**



**OLTRE 12 MILIONI
HANNO USATO IL
WEB PER LEGGERE
INFORMAZIONI E
RIVISTE ON-LINE**

Fonti: AUDIWEB e ISTAT

GOOGLE HA RILASCIATO UNA RICERCA MOLTO INTERESSANTE



Un utente medio spende 3 ore online al giorno



Il settore Travel cresce ancora del 25%



1 app su 3 parla di turismo

L'Italia nel turismo è sempre al TOP

L'ITALIA TURISTICA



**PRIMA DESTINAZIONE
EUROPEA*** PER PRESENZE
DAI PAESI EXTRA UE

**CONTRIBUTO TOTALE
DEL TURISMO AL PIL**

10,2%

INCIDE SULL'OCCUPAZIONE
NAZIONALE DELL' **11,6%**



82,4%

SENTIMENT POSITIVO*
IN TERMINI DI SODDISFAZIONE
DEI VISITATORI

**PAESE PIÙ FOTOGRAFATO
AL MONDO SU
INSTAGRAM**

54,4 mln

DI IMMAGINI TAGGATE
CON L'HASTAG #ITALY

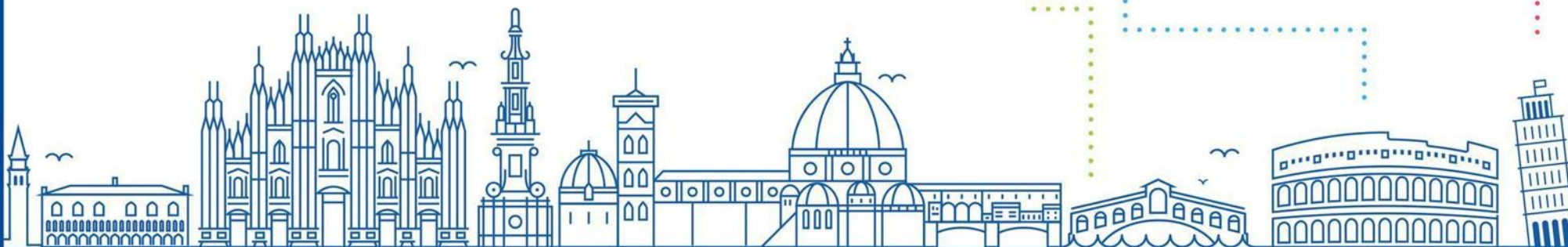
**CITTÀ PIÙ POPOLARI:
VENEZIA, ROMA E PISA**



**PAESE CON
ENGAGEMENT
FACEBOOK
PIÙ ALTO
IN EUROPA**

**31,3
MILA**

INTERAZIONI*
TOTALI A SETTIMANA



FONTI: * WTTC "Travel & Tourism ECONOMIC IMPACT 2016 - ITALY" * Si considerano i Paesi appartenenti all'area Schengen - Fonte: Elaborazione Osservatorio Nazionale del Turismo su stime Eurostat aggiornate a marzo 2017. Anno di riferimento 2015 * Travel Appeal 2016 * Blogmeter

Generazione Z i viaggiatori del futuro



Generazione Z: i viaggiatori del futuro

- ✓ I Gen Z, nati negli anni 90, tra qualche anno saranno tra i **nostri principali clienti**.
- ✓ Sono **avvezzi all'uso della tecnologia e i social media**, che incidono per una parte significativa nel loro processo di socializzazione.
- ✓ **Tecnologia, privacy, globalità** sono le parole d'ordine per questi ragazzii
- ✓ Abituati a vivere in un mondo dove smartphone e social media non sono mai mancati e dove il modo migliore per comunicare sono i **video e le immagini**.
- ✓ La **Generazione Z cambierà completamente anche il modo di lavorare, abolendo le tradizioni a favore dell'innovazione**.
- ✓ I ragazzi della Gen Z vogliono contribuire alla conversazione più che soltanto ascoltare. Tra i social preferiti ci sono YouTube e Instagram.
- ✓ Più cauti con i soldi ma pronti a partire. Il turismo esperienziale rimarrà al centro dell'attenzione per questi viaggiatori.
- ✓ Una generazione impegnata: Upfront Analytics svela che il 60% degli intervistati vorrebbe cambiare il mondo, investendo in progetti di lavoro audaci ma d'impatto. **Questo significa che la Gen Z non disdegnerà un tipo di turismo sostenibile o che aiuti le comunità locali**.
- ✓ **Non bisogna sottovalutare le preferenze e le tendenze di questa generazione**.



Regione Lombardia, individuando nelle strutture ricettive e nelle attività commerciali il primo servizio sociale, ha lanciato **SMART CITY**, la città intelligente, che vede la tecnologia e l'innovazione come il centro dello sviluppo delle città metropolitane.

FARE BUSINESS NELLE SMART CITIES





Ti piace il posto in cui vivi ?



Ti capita di dare consigli
sulla tua località?



Ti piacerebbe sfruttare al meglio
ciò che sai sulla tua località?

Se hai risposto sì ad almeno 2
di queste domande allora hai
le carte in regola per essere un
Local Expert



Chi è il Local Expert?

È un comunicatore, con una particolare visione del bene comune, che promuove un territorio attraverso il **web**

Il **Local Expert**, sempre alla scoperta di storie e novità, raccoglie informazioni sulla sua località dagli enti pubblici e privati e le trasforma in elementi di valore utili alla comunità sociale, turistica e commerciale del territorio.

COME?

Attraverso la creazione di una guida interattiva



Un grande contenitore capace di intercettare qualsiasi interesse perché

- ✓ **offre agli abitanti** la possibilità di presentare sé stessi in maniera autentica e imparare tutti sempre qualcosa di nuovo;
- ✓ **valorizza tutto ciò che il territorio offre**, fornendo di ogni cosa l'esatta posizione;
- ✓ **aggrega il patrimonio artistico, culturale, paesaggistico e umano**, riorganizzando l'infinità di informazioni;
- ✓ **offre al visitatore** una migliore pianificazione dell'esperienza a Cernusco;
- ✓ **permette a strutture ricettive, fornitori di servizi, attività commerciali, piccole aziende, associazioni e professionisti di pubblicizzarsi ogni giorno**, creare un contatto diretto con i clienti e avere la massima visibilità;
- ✓ **favorisce collaborazioni e partnership**;
- ✓ **dà il giusto valore** ad un territorio che ha una storia importante.

Come?

Vivi il territorio, cerca le sue peculiarità, stabilisci buone relazioni con i protagonisti del territorio, ascolta i bisogni delle persone, dei cittadini e dei potenziali visitatori e trasferisci tutti gli elementi di valore che il territorio offre sulla guida che gestisci.

Crea pagine smart per creare i contenuti della tua guida: i luoghi suggeriti, gli eventi, articoli e consigli e le offerte delle attività commerciali. E' una rete che indirettamente mostra e valorizza i protagonisti in forma aggregata.

PRIMI PASSI



Nella creazione di una pagina inserisci caselle di testo tematiche ed eventualmente alternale alle foto relative allo stesso argomento, cercando di dare un ordine ma anche dinamicità alla pagina.

PRIMI PASSI

2

Proponi una collaborazione a guide turistiche della tua località e a enti quali uffici del turismo/pro loco facendo inserire loro le bellezze del tuo territorio e gli eventi.

PRIMI PASSI



Inserisci un paio di attività commerciali per categoria facendo delle pagine molto emozionali, queste saranno il tuo biglietto per spiegare la novità e l'unicità della tua guida.



Qui puoi inserire tutto ciò che da' una visione generale del tuo territorio.

Mettiti nei panni di un turista che vede questa sezione e si aspetterà di trovare informazioni riguardanti il territorio.

Questa è anche l'occasione che hai per dare un preciso taglio editoriale al tuo progetto: vuoi fare una guida per famiglie? per giovani? Oppure non ti prefiggi un target specifico?

Puoi creare dei capitoli tematici suddivisi per argomento (es: storia, arte, tipicità, parchi naturali, etc) oppure per area geografica (es: suddivisione dei comuni se hai un sito web di un'ampia zona oppure dei quartieri)



EVENTI

Stringi una partnership con enti quali uffici del turismo/pro loco facendo inserire loro gli eventi e in cambio gli puoi dare una pagina gratuitamente per esempio.

Uno scambio merce di questo tipo per te non ha dei costi vivi è hai il benefit di avere questa sezione sempre aggiornata.

Dai anche la possibilità alle attività commerciali di inserire un tot di eventi attraverso i quali potrà avere una maggiore visibilità.



OFFERTE

**Le offerte inserite devono essere veramente interessanti per il visitatore.
In questo modo poi le persone saranno portate a tornare sul tuo sito e anche ad andare presso l'attività per usufruire dell'offerta.**

**Inserisci le offerte suddivise per categorie e non metterne un numero eccessivo.
In questo modo saranno facili da sfogliare per il visitatore e acquisiranno un valore maggiore.**

Pensa a tutte le informazioni necessarie da inserire nell'offerta e organizzale seguendo una struttura simile per tutte quante (per esempio: condizioni dell'offerta, cosa include e cosa no, ecc).



ARTICOLI E CONSIGLI

Usa quest'area per tenere sempre aggiornati gli utenti, è un micro-blog all'interno della guida. Puoi inserire notizie relative al territorio e dare consigli pratici su come visitarlo.

Ritagliati del tempo per scrivere qualche articolo e poi programmarne la pubblicazione per le settimane successive.

Dev'essere una sezione sempre aggiornata in cui le persone sono invogliate a tornare per leggere articoli nuovi.



Usa quest'area per inserire gli itinerari che consigli. E' una sezione molto importante e puoi sfruttarla al meglio completandola per bene.

Il turista in media desidera trovare informazioni chiare e utili su come può visitare al meglio un territorio, per questo gli itinerari consigliati vengono spesso ricercati.

Alcuni suggerimenti sui temi che puoi affrontare: come arrivare, come spostarsi, teatri&cinema, l'arte, lo sport, i panorami, i mercati, ecc. Puoi scegliere quale criterio utilizzare nella stesura degli itinerari.



Eccoti alcuni spunti per iniziare a farci un ragionamento:

- **Itinerari Geografici** > suddivisi per paesi o quartieri;
- **Itinerari Tematici** > storico, religioso, paesaggistico, notturno, etc;
- **Itinerari Target** > la coppia, la famiglia, gli sportivi, etc;
- **Itinerari Temporal**i > una giornata, 3 giorni, una settimana, etc.

Per fare degli itinerari leggibili e utili scrivi delle tappe e descrivi dettagliatamente il percorso che consigli.



TOP 10 COSE DA FARE

Qui puoi far avere al turista un'idea veloce di ciò che non può perdersi sul tuo territorio. E' una sezione molto importante e puoi sfruttarla al meglio completandola per bene.

Il turista in media desidera trovare informazioni chiare e utili su come si può visitare al meglio un territorio, per questo le classifiche di cose da fare/visitare e sperimentare vengono spesso ricercate.

Cerca di inserire argomenti diversi, in modo da dare una visione ampia del territorio.

Esempi: luoghi da visitare, attività sportive, un panorama particolare, specialità culinarie.

Il fondatore di mc Donald, ha creato il suo impero a 52 anni dopo 30 anni di prove e riprove, ma lui credeva in se stesso

Edison, si proprio il famoso Edison, depositò + di 1000 brevetti prima di arrivare al suo grande progetto “la lampadina”

Micheal jordan non lo facevano giocare a basket, dissero che era troppo esile, allora andò a giocare a baseball ma poi si disse “ io voglio giocare a basket, non mi interessano gli altri” e così divenne il giocatore più grande di tutti i tempi

Il proprietario di Walt Disney fu licenziato da uno studio perchè definitivo poco creativo, sappiamo tutti cosa ha fatto.

**Se ti senti un Local Expert scegli la tua nicchia di mercato in cui ti piacerebbe operare
e metti in campo la tua intraprendenza!**