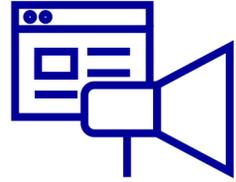


eBook

# Come creare contenuti per coinvolgere i viaggiatori



**expedia group**<sup>™</sup>  
 partner solutions



## Che cos'è il content marketing?

L'idea è semplice: invece di promuovere la tua attività in modo diretto, puoi creare contenuti utili e interessanti per incoraggiare un dialogo autentico con i viaggiatori.



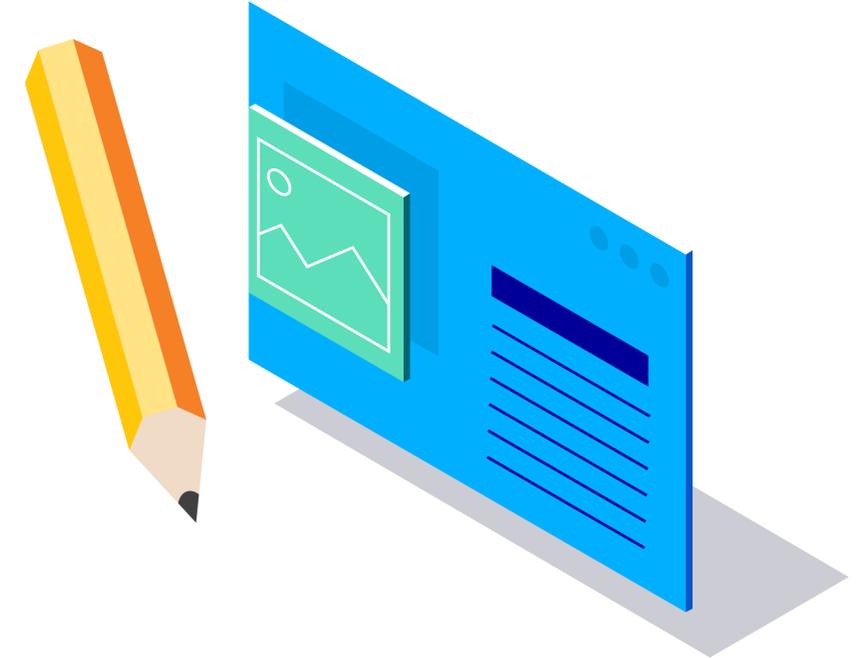
**Crea contenuti brevi dedicati ai viaggi che stimolino l'ispirazione** dei viaggiatori quando cercano online o sono in fila in attesa.



**Offri consigli pratici** per organizzare un viaggio da sogno in poco tempo.



**Fatti notare** consigliando le attività più popolari da svolgere durante il soggiorno.



Con i contenuti giusti, puoi andare oltre la semplice transazione, per far conoscere e apprezzare la tua attività, guadagnando la fiducia dei clienti.<sup>1</sup> Ricorda però che una cosa semplice non è necessariamente facile.

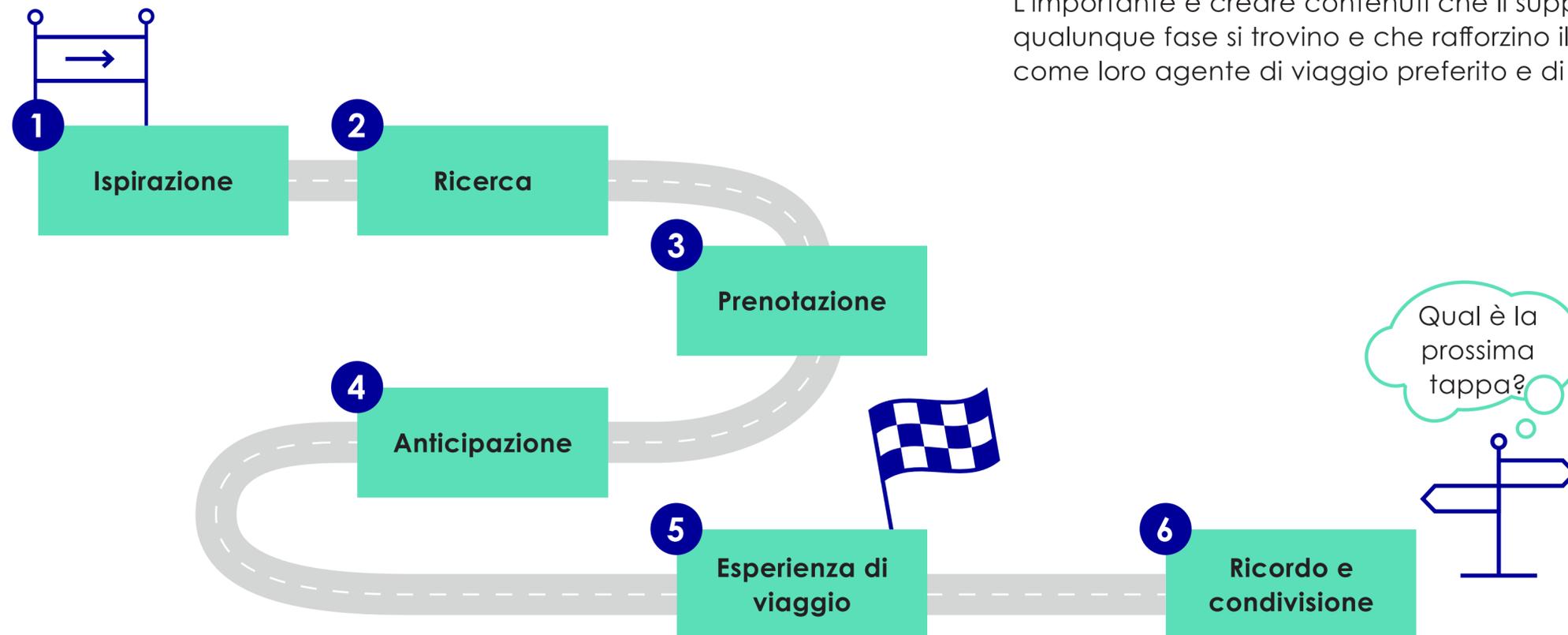
In questo eBook, analizzeremo i principi e le tecniche fondamentali del content marketing per aiutarti a distinguerti dalla concorrenza.

<sup>1</sup> <https://copyblogger.com/30-know-like-trust-actions/> (solo in inglese)

## Il percorso dell'utente

**Una pianificazione dei contenuti efficace inizia con la comprensione del percorso dell'utente.**

Nel settore dei viaggi, in genere gli utenti seguono un percorso a sei fasi che va dall'ispirazione iniziale al ricordo di una vacanza con gli amici e la famiglia.



Naturalmente la realtà può essere un po' più complessa. Un viaggio comporta spesso una spesa importante e può avere una componente altamente emotiva. I viaggiatori possono arrivare a metà del percorso, imbattersi in una nuova offerta e tornare al punto di partenza.

L'importante è creare contenuti che li supportino in qualunque fase si trovino e che rafforzino il tuo ruolo come loro agente di viaggio preferito e di fiducia.





# 1. Ispirazione

Prima di prenotare, i viaggiatori visitano in media 140 siti di viaggi,<sup>2</sup> il che si traduce in numerose opportunità per catturare la loro attenzione e incoraggiarli a partire, attraverso contenuti incentrati sulla destinazione. È quindi importante mantenere vivo l'interesse con contenuti pertinenti, stimolanti e in grado di generare entusiasmo.

Prova con questi tipi di contenuti:

- **Liste:** suddividi il contenuto in elenchi numerati e facili da leggere, ad esempio "7 città europee meno note che devi assolutamente visitare".
- **Previsioni su nuove mete o tendenze di viaggio:** fornisci informazioni su destinazioni interessanti e fuori dai circuiti turistici oppure offri un riepilogo delle ultime tendenze di viaggio, ad esempio "Perché scegliere il turismo sostenibile".

- **Fatti e statistiche:** in questa fase, cerca di mantenere toni leggeri e stimolanti, lasciando informazioni pratiche e cifre per un secondo momento. Un esempio? "5 cose che non ti hanno mai detto su Roma".
- **Domande e risposte/Interviste:** aumenta la credibilità collaborando con i migliori esperti di viaggi o con noti personaggi del jet set. Esempio: "Gli hotel delle isole greche preferiti dagli influencer di Instagram".
- **Infografiche:** rendi più accattivanti fatti e cifre con infografiche colorate che offrano ai viaggiatori una rapida panoramica di una destinazione o di un'esperienza.
- **Newsletter:** perché non invii una newsletter trimestrale? Così potrai organizzare al meglio il tempo da dedicarle e scegliere un tema diverso di volta in volta, come "weekend prenatalizi a novembre" o "soggiorni romantici a fine gennaio/inizio febbraio".

- **Quiz:** i quiz sono contenuti interattivi davvero efficaci, prova con "Quanto conosci Sydney?" o "Qual è la destinazione più adatta al tuo tipo di personalità?".
- **Contenuti umoristici:** i migliori contenuti dedicati ai viaggi sono realistici e pertinenti, quindi la comicità può rivelarsi un ottimo strumento per ottenere l'effetto desiderato. Prova con qualcosa come: "Cosa non fare durante una vacanza al mare con la famiglia".
- **Eventi virtuali:** approfondisci il dialogo con eventi virtuali che offrono ai viaggiatori la possibilità di interagire direttamente con te e di farti tutte le domande che vogliono.
- **Meme:** se fatti bene, i meme possono essere condivisi all'infinito. Assicurati solo di conoscere bene il tuo pubblico, di essere originale e di non divagare troppo.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> <https://welcome.expediagroup.com/en/resources/improve-hotel-guest-experience-resources-tips/set-hotel-guest-expectations-ota>

<sup>3</sup> <https://shanebarker.com/blog/marketing-memes/> (solo in inglese)



## 2. Ricerca

Una volta entrati nella fase di pianificazione, è il momento di aggiungere un tocco di praticità al contenuto sulla destinazione per aiutare i viaggiatori a valutare le diverse opzioni e stimolare il loro entusiasmo quando iniziano a immaginare la vacanza.

Prova con questi tipi di contenuti:

- **Guide di viaggio:** fornisci consigli su come ottenere le migliori offerte e godersi il viaggio in tranquillità. Concentrati sui trasporti pubblici locali, sui periodi di alta stagione e sulle offerte relative ai voli.
- **Guide per la pianificazione del viaggio:** crea guide pratiche con tutto quello che c'è da sapere su destinazioni specifiche. Puoi includere informazioni come le principali attrazioni, i migliori hotel e il clima in base alle stagioni.

- **Webinar su una meta specifica:** passa al livello successivo con un webinar (dal vivo o registrato in precedenza) presentato da te o da esperti del settore per dare consigli su una determinata destinazione.
- **Testimonianze:** raccogli recensioni, video, post di blog, foto e consigli utili da viaggiatori reali. Il passaparola è sempre ottimo quando si tratta di suggerimenti di viaggio.





### 3. Prenotazione

Anche se stimolano meno la fantasia dei viaggiatori, i contenuti che li guidano attraverso il processo di prenotazione sono altrettanto importanti per rendere l'esperienza di prenotazione il più semplice possibile.

Prova con questi tipi di contenuti:

- **Lista di controllo per la prenotazione:** guida i viaggiatori attraverso il processo di prenotazione, indicando ciò di cui hanno bisogno per prenotare con facilità (numero di passaporto, date preferite, budget, carta per il pagamento).
- **Domande frequenti (FAQ):** le sezioni dedicate alle domande frequenti riducono il numero di chiamate al servizio clienti, forniscono supporto ai viaggiatori e migliorano la visibilità e il posizionamento del sito web tra i risultati dei motori di ricerca. Assicurati che questa pagina sia ben evidenziata sul tuo sito web.

- **Informazioni specifiche:** crea guide o contenuti intuitivi sulla destinazione per aiutare i viaggiatori a verificare gli aspetti pratici, ad esempio costi, durata media del volo, ecc.
- **Assistenza post-prenotazione:** assicurati che i viaggiatori sappiano come accedere alle opzioni di supporto dopo la prenotazione, e che possano contare su di te per modificare la prenotazione o risolvere eventuali dubbi. Offrire la possibilità di fare domande dirette contribuisce a creare fiducia e a fidelizzare i clienti.
- **E-mail di follow-up:** stimola l'entusiasmo post-prenotazione con e-mail che segnalino il conto alla rovescia alla data di partenza. Puoi fornire utili promemoria, ad esempio sulla scelta dei posti in aereo o su cosa mettere in valigia.





## 4. Anticipazione

Ora che la prenotazione è stata effettuata, puoi aiutare i viaggiatori a sognare ad occhi aperti e a pianificare quel soggiorno tanto desiderato. Vai oltre il piano commerciale con contenuti pensati appositamente per questo scopo.

Prova con questi:

- **Lista di controllo per cosa mettere in valigia:** avranno bisogno di contanti? Che tipo di abbigliamento dovrebbero portare con sé in base alle temperature? Quali sono alcuni trucchi per far entrare più vestiti in valigia?
- **Guide pratiche:** crea itinerari tipo o guide che rispondano a esigenze comuni e che promuovano la vendita di prodotti aggiuntivi. Prova con articoli come "Esplorare il sud della Spagna in auto".



- **Demo/tour virtuali:** offri un'esperienza immersiva condividendo tour virtuali a 360° degli hotel e consigliando video di tour a piedi delle principali attrazioni su YouTube.
- **Libri/film:** crea un piacevole elenco di libri e film dedicati alla destinazione per stimolare la curiosità in attesa del viaggio, ad esempio "5 film da guardare prima di visitare New York".
- **eBook:** fornisci ai viaggiatori consigli, suggerimenti e persino mappe scaricabili in formato eBook da sfogliare a piacimento, anche quando non hanno a disposizione una connessione Wi-Fi.
- **Corsi di lingua:** prepara una breve lista di frasi facili nella lingua locale con cui i viaggiatori possano esercitarsi. Aggiungi l'indicazione fonetica e i file audio, in modo che sappiano anche come pronunciarle.



## 5. Esperienza di viaggio

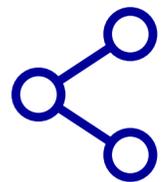
In questa fase, i contenuti passano un po' in secondo piano, ma esistono comunque diverse opportunità per fornire informazioni estremamente pratiche concepite per l'uso "sul campo".

Prova con questi tipi di contenuti:

- **Itinerari:** questo tipo di contenuto deve essere breve, pratico (prezzi, indicazioni stradali, ecc.) e concentrarsi su un periodo di tempo relativamente breve, ad esempio "Dove mangiare la prima sera ad Amsterdam".
- **Guide sulla destinazione:** in questa fase, l'ispirazione deve essere sostituita dalle informazioni pratiche, vale a dire mappe scaricabili, numeri di telefono utili, suggerimenti sui costi, consigli e indicazioni su dove prenotare le escursioni.

- **Mappe di tour per bambini da stampare:** aumenta il divertimento con tour/attività/giochi da stampare per i più piccoli, ad esempio "10 cose da trovare passeggiando per Praga".
- **Audio tour:** trasforma lo smartphone in una guida tascabile rendendo disponibili sul tuo sito web brevi tour a piedi di città o attrazioni sotto forma di podcast o di video YouTube con solo l'audio.
- **App:** presenta la tua app come uno strumento utile che va oltre la transazione commerciale, fornendo ai viaggiatori contenuti pertinenti durante il soggiorno.





## 6. Ricordo e condivisione

Anche se i momenti condivisi con amici e familiari sono spesso privati, puoi comunque aiutare i viaggiatori a rivivere le loro esperienze e trovare ispirazione per creare altri ricordi.

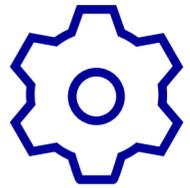
Prova con questi tipi di contenuti:

- **Testimonianze:** incoraggia i viaggiatori a condividere i momenti migliori, e perché no anche peggiori, del loro viaggio. Questo contribuirà a creare una raccolta di contenuti utili generati dall'utente per supportare chi farà lo stesso viaggio in futuro.
- **Citazioni dei viaggiatori:** valuta la possibilità di offrire un piccolo incentivo in cambio delle citazioni. La partecipazione a un'estrazione a premi è un buon modo per ottenere contenuti generati dall'utente di ottima qualità.

- **Interviste/testi brevi:** ispirati alla sezione Consigli di viaggio<sup>4</sup> di Lonely Planet e chiedi ai viaggiatori di scrivere un breve testo o di rispondere a un paio di domande sulla loro esperienza.
- **Concorsi di fotografia:** valorizza gli scatti dei tuoi viaggiatori premiando il migliore.
- **Quiz:** i quiz basati sulla destinazione sono un modo originale per aiutare i gruppi a rivivere l'emozione del loro ultimo viaggio e mettere alla prova ciò che hanno imparato durante i tour.



<sup>4</sup> <https://www.lonelyplanetitalia.it/articoli/consigli-di-viaggio>



# Competenze utili per la gestione dei contenuti (I)

**Ricorda: il contenuto è fondamentale e la pianificazione si rivelerà uno strumento prezioso nel lungo periodo. Ecco alcuni consigli per aiutarti a sviluppare le tue competenze.**

### Competenze di pianificazione

- Piuttosto che diffondere contenuti generici su larga scala, prova a usare strumenti come una matrice di contenuti<sup>5</sup> per pianificare e organizzare le tue idee e il tuo piano editoriale.
- Gli strumenti di pianificazione possono semplificare la creazione dei contenuti e ti aiutano a concentrarti su altri aspetti, ad esempio quando inviare i tuoi contenuti e cosa vuoi ottenere da ognuno.
- È importante pensare al tipo di comportamento che si desidera influenzare utilizzando contenuti accattivanti per intrattenere, ispirare, informare o convincere i viaggiatori.

### Competenze di scrittura

- Sviluppa uno stile più o meno diretto e chiaro che si adatti al tuo brand e utilizzalo sempre in modo coerente.
- Tieni conto delle caratteristiche demografiche dei tuoi destinatari: come parlano e che linguaggio usano? Il tuo obiettivo è rispecchiare il loro stile comunicativo. Definisci un tuo registro usando una serie di aggettivi e frasi che siano adatti sia a te che al tuo pubblico, quindi utilizzali per creare tecniche di scrittura.<sup>6</sup>
- Usa alcuni esempi<sup>7</sup> per creare una guida di stile ben definita per il tuo brand da condividere con tutti gli autori e i collaboratori.

### Competenze video

- Crea contenuti di livello professionale e investi in attrezzature come software di editing, illuminazione di base e attrezzature audio.

- Impara a capire quando pubblicare i contenuti di altri sul tuo sito e quando distribuirli su piattaforme di terze parti<sup>8</sup>.
- Trova un equilibrio tra elementi più suggestivi, come i video tour della destinazione, ed elementi più informativi, come le sessioni con domande e risposte dal vivo con esperti di viaggi.

### Immagini

- Assicurati che le immagini siano pertinenti, in linea con il brand e incisive.
- Utilizza software online come Canva<sup>9</sup> per creare uno stile coerente per il tuo brand e risorse visive accattivanti.

<sup>5</sup> <https://www.smartinsights.com/content-management/content-marketing-strategy/the-content-marketing-matrix-new-infographic/> (solo in inglese)

<sup>6</sup> <https://sproutsocial.com/insights/brand-voice/> (solo in inglese)

<sup>7</sup> <https://voiceandtoneguides.webflow.io/> (solo in inglese)

<sup>8</sup> <https://www.forbes.com/sites/serenitygibbons/2020/11/03/4-ways-to-maximize-your-social-video-ads/> (solo in inglese)

<sup>9</sup> [https://www.canva.com/it\\_it/](https://www.canva.com/it_it/)

# Competenze utili per la gestione dei contenuti (II)

### Fonti

- Mantieni uno swipe file o un elenco condivisibile con tutte le potenziali fonti da cui attingere idee per i contenuti: siti di notizie rilevanti, partner, social media e anche aziende concorrenti.
- Come partner di Expedia TAAP, hai accesso diretto alle ultime novità del settore e puoi approfondire le tue competenze grazie alle risorse della TAAP Academy.<sup>10</sup>

### Tempistiche

- Adatta i contenuti alla giornata tipo dei tuoi viaggiatori. Ad esempio, se è probabile che navighino su Internet durante il tragitto verso il lavoro, ispirali con immagini suggestive del viaggio dei loro sogni o con guide dettagliate ultra-accessibili, piuttosto che con contenuti ricchi di testo.
- Crea e condividi contenuti ispirati a storie di attualità (una tecnica chiamata "newsjacking").
- Fai da ponte tra fornitori e viaggiatori. Ad esempio, se una compagnia aerea partner introduce nuove opzioni per i posti a sedere o funzionalità di intrattenimento a bordo, condividile anche tu.

<sup>10</sup> <https://taapacademy.expediapartnersolutions.com/hc/it>





## Glossario

### Tipi di content marketing:

- **Contenuti editoriali:** tutto ciò che non è direttamente incentrato sui tuoi prodotti o servizi, come post di blog, funzionalità, quiz, guide, liste, ecc.
- **Vlog:** un blog o una guida in formato video che fornisce informazioni o idee ai viaggiatori.
- **SEO:** Search Engine Optimization (ottimizzazione per i motori di ricerca), utilizzo di parole chiave e/o frasi per migliorare il posizionamento e la portata dei propri contenuti.
- **PPC:** pay-per-click, contenuto a pagamento in cui il prezzo varia proporzionalmente alla portata.
- **Domande frequenti (FAQ):** una risorsa che i viaggiatori possono consultare in autonomia per trovare risposta ai problemi, alle domande e ai dubbi più comuni.

- **Influencer:** qualsiasi personaggio pubblico. Spesso però il termine è usato per indicare personalità di alto profilo sui social media, molte delle quali collaborano con le aziende su contenuti sponsorizzati.
- **Contenuti video professionali:** video girati da professionisti che utilizzano attrezzature specializzate anziché un semplice smartphone.
- **Webinar/webinar con ospiti:** un evento online informativo presentato da te o da ospiti esperti.
- **VR:** realtà virtuale, può trasformare i video della destinazione in un'esperienza immersiva, grazie a uno smartphone e a un visore Google Cardboard<sup>11</sup> da una quindicina di euro circa.
- **AI:** intelligenza artificiale, un termine ampio che comprende tutto, dagli strumenti che monitorano il percorso del viaggiatore online fino alla creazione automatica di contenuti per report e descrizioni.

### Tipi di contenuti editoriali:

- **Consigli basati sull'esperienza:** contenuti incentrati su suggerimenti attendibili di altri viaggiatori, del tipo "lo so perché ci sono stato".
- **Contenuti esplicativi:** semplici articoli del tipo "come fare a" e guide che trattano problematiche comuni affrontate dai viaggiatori.
- **Quiz:** un'opportunità per coinvolgere i viaggiatori e interagire con loro in alternativa a un semplice contenuto passivo.
- **Guide locali:** guide mirate e dettagliate sulla destinazione che aiutano i viaggiatori a orientarsi in regioni o città specifiche.
- **Confronto tra passato e presente:** un modo creativo per esplorare una destinazione osservando come è cambiata nel tempo.
- **Guide della destinazione:** guide più ampie che forniscono una panoramica di un'intera destinazione, ideali per ispirare i viaggiatori e supportarli nella pianificazione del loro itinerario.

<sup>11</sup> <https://arvr.google.com/cardboard/> (solo in inglese)