



DISTRETTO TECNOLOGICO
Turismo, Commercio e Servizi
Toscana

18 giugno | 11:00 – 12:00

Matteo Casmiri

Farsi Trovare dall'AI e generare domanda
Strategie e dati per aumentare la redditività tutto l'anno



Di cosa parliamo oggi?

- 💡 Le sfide del marketing alberghiero
- 💡 Asset da presidiare e customer journey
- 💡 AI, controllo e consapevolezza
- 💡 Cosa fare subito per portare redditività

La Sfida del Marketing Alberghiero: Controllo Totale

Punto chiave 1 → Sei un imprenditore del tempo. Ogni soggiorno venduto è un evento irripetibile.

Punto chiave 2 → La logica è: Guadagno Diretto + Fidelizzazione a Basso Costo = Redditività Maggiorata.

Punto chiave 3 → Vedremo i 5 Punti del Controllo: sono un flusso che non devi mai interrompere.

Punto chiave 4 → 1 viaggiatore su 4 si fida più dell'AI che di un influencer o travel blogger.**

Driver #1 - Il Sito Web

La Tua Reception Aperta 24/7

Conversione, non Vetrina: Non deve essere bello, deve vendere. È il tuo motore di prenotazione primario.

Mobile First!: La gente prenota da ombrellone e treno. Se è lento o difficile da usare da smartphone, stai perdendo soldi.

AI Ready: per l'AI i testi sono più comprensibili se contengono query conversazionali.



Driver #1 - Il Sito Web

La SEO non è morta!

Cosa funziona ancora nel sito web:

Contenuti di qualità : Se l'AI non trova una risposta sul tuo sito, la prende dal tuo concorrente.

Architettura leggibile: non serve solo all'utente. È la mappa che l'AI usa per capire chi sei.

Velocità e struttura tecnica: Un sito lento o caotico viene abbandonato dall'AI prima ancora che dall'utente.

Technical SEO -> Metadati e Rich Snippet: i "sottotitoli" che l'AI usa per tradurre il tuo hotel in una risposta.



Le basi di ieri. Il tuo vantaggio oggi.

Da SEO a GEO: farsi trovare non basta più

SEO (Search Engine Optimization)

Punta sul Click

Porta l'utente su un URL specifico

Scrivi per i motori

Lavora su parole singole e ricerche meccaniche

Guerra della SERP

Lotti per una posizione nella lista dei "link blu"

GEO (Generative Engine Optimization)

Punta sulla Risposta

Definisce esattamente chi sei e cosa offri per l'AI

Domande & Bisogni

Lavora su contenuti "answer-ready"

Guerra della Citazione

Lotti per essere la fonte raccomandata

Driver #1 - Il Sito Web

La tua reception aperta 24/7

AZIONE IMMEDIATA

Controlla il tasso di conversione del tuo booking engine (visite vs. prenotazioni).



Driver #2 - Advertising

Colpisci chi vuoi tu

Focus sulla Stagionalità: Le tue campagne (Google Ads, Meta Ads) devono essere attive, intense e mirate nei periodi giusti. Prenotazioni per l'estate? Inizia a gennaio!

Campagne AI native: usa le campagne che sfruttano l'AI per raggiungere i tuoi obiettivi di conversione (es. Pmax)

Remarketing Essenziale: Se qualcuno ha visitato il tuo sito e non ha prenotato, inseguilo! Mostrategli un'offerta specifica. È la vendita più facile.

Google Hotel Ads (GHA): Devi essere visibile quando cercano l'hotel. GHA è la vetrina diretta vs. le OTA. Investi qui per ridurre le commissioni.

Ads: Cost % on Revenue

cost % on revenue

3,686%

Ads: Average CPC

average CPC

€ 0,30

Driver #2 - Advertising

Free Booking Link ⚠️

È un flusso dati che **collega booking engine/PMS a Google** e contiene:

- tipologie di camera, foto, descrizioni
- prezzi, disponibilità, restrizioni
- politiche (cancellation, piani tariffari, servizi)

Perché è vitale: permette agli algoritmi di mostrare annunci corretti, evitare sprechi quando siete pieni, e aumentare la pertinenza.

Sistemi CRS evoluti mantengono il feed sempre aggiornato e ottimizzano le campagne in tempo reale.

Il tuo booking engine è collegato a Google?

Driver #2 - Advertising

Colpisci chi vuoi tu

AZIONE IMMEDIATA

Verifica il tuo investimento in Google Ads vs. il ricavo generato (il tuo ROAS), deve essere chiaro e positivo!



Driver #3 - Vendita Attiva

Il Backoffice è il tuo team commerciale

Trasforma le Richieste in Prenotazioni: chi telefona o scrive non vuole un preventivo, vuole essere convinto.

Tempismo è Denaro: rispondere alle mail entro 30 minuti. Se aspetti, prenotano altrove.
Whatsapp? Rispondi subito o mai più!

Regola del "Più Uno": offri sempre un'opzione superiore a quella richiesta (es. "La camera vista mare con quel piccolo supplemento..."). Fai upselling già al telefono.

Driver #3 - Vendita Attiva

Il Backoffice è il tuo team commerciale

AZIONE IMMEDIATA

stabilisci uno standard di risposta (es. massimo 1 ora) e fate simulazioni di vendita per il personale.



Driver #4 - Newsletter

Mantenere calda la TUA lista proprietaria

La Tua Miniera d'Oro: l'email è il canale più economico ed efficace. Non affittare la lista ad altri, non farla raffreddare!

Lavora Fuori Stagione: manda comunicazioni anche in inverno: "Ricordi la nostra spiaggia?", "Offerte prenota prima esclusiva (solo per te che sei in lista)".

Segmentazione Funziona: non mandare lo stesso messaggio a tutti. Famiglie? Coppie? Anziani? Offerte diverse per target diversi.



Dalla newsletter al Customer Data Platform

Basta "e-mail": metti l'ospite al centro!

💡 **Profilazione reale (non solo anagrafica)**

Trasforma i dati del PMS in profili vivi.

Esempio: Non più solo "Mario Rossi", ma "Ospite Business che ama la SPA e prenota a metà settimana".

💡 **Automazione della Customer Journey**

Accompagna l'ospite in ogni fase con workflow automatici.

Esempio: Invio automatico di una guida ai ristoranti locali 3 giorni prima del check-in.

💡 **Segmentazione per ricavi diretti**

Crea target precisi basati sui comportamenti d'acquisto.

Esempio: Offerta dedicata solo a chi ha soggiornato in estate, per portarli a prenotare direttamente in inverno.

💡 **Analisi e feedback costante**

Misura le interazioni, arricchisci le profilazioni e correggi la rotta in tempo reale.

Driver #4 - Newsletter

Mantenere calda la TUA lista proprietaria

AZIONE IMMEDIATA



Pianifica un calendario editoriale, anche per la bassa stagione. Invia almeno una newsletter di valore al mese.



Driver #5 - Distribuzione e OTA

Le OTA non sono il tuo padrone

La regola aurea del parity rate: inseguì la disparità controllata. Il miglior prezzo, il miglior trattamento, le migliori condizioni (cancellazione flessibile, benefit extra) devono essere solo sul tuo sito.

Channel manager e gestione prezzi (Revenue): Il controllo del prezzo è vitale. Usa un channel manager e un sistema RMS per reagire velocemente ai prezzi dei competitor e delle OTA.

Sfrutta le OTA per il lungo termine: Usa Booking.com/Expedia come vetrina per farti scoprire, ma poi fai di tutto per far prenotare il cliente direttamente la prossima volta (es. buono sconto sulla prossima prenotazione diretta).

Driver #5 - Distribuzione e OTA

Le OTA non sono il tuo padrone

AZIONE IMMEDIATA

Rivedi i benefit che offri sul tuo sito: devono essere davvero migliori di quelli che ha un cliente OTA



Riepilogo e Controllo

LA CATENA DEL CONTROLLO:

Mettili in fila per il successo

SITO WEB (Base)



ADV (Porta Traffico)



BACKOFFICE (Converte Contatti)



NEWSLETTER (Fidelizza a costo zero)



DISTRIBUZIONE/OTA (Riforniscono il punto 1, e così via).





Manca qualcosa?

RECENSIONI: perché l'AI si fida degli ospiti e non di te

TRUST ECONOMY. La moneta di scambio è la credibilità verificabile. L'AI incrocia le tue promesse con tracce reali (forum, social, recensioni).

L'AI COMPRA LA VERITÀ. Le recensioni sono il nuovo oro. Accordi miliardari (Google/Reddit) per i dati umani reali.

SENTIMENT = RANKING. Feedback negativi? L'AI ti esclude dalle ricerche a tema, ignorando il tuo marketing.

RISPOSTE = ADDESTRAMENTO. Ogni tua risposta è un dato ufficiale per "istruire" l'algoritmo. Sii strategico!



E Adesso?

Riconquista la tua redditività!

TASK 1  Audit del Sito. Chiama il tuo webmaster: "Devo aumentare la velocità e il tasso di conversione. Subito.

TASK 2  Formazione Backoffice. Fai una simulazione di vendita domani stesso con il tuo personale. Devono vendere, non preventivare.

TASK 3  Pianifica adesso la promozione del tuo hotel per i prossimi 12 mesi, se non lo hai ancora fatto.

TASK 4  Calendario Newsletter. Definisci le tue 3 offerte più potenti, i topic narrativi e il piano di invio.

TASK 5  Analizza e rispondi alle tue recensioni. Parti dal prodotto e gestisci la relazione con i tuoi ospiti!



The background is a dark blue gradient. It features a complex pattern of thin, light blue lines that swirl and flow across the frame. Scattered throughout are numerous small dots in shades of teal, purple, and pink. In the top right corner, there is a white graphic element consisting of several parallel diagonal lines.

DOMANDE?



GRAZIE

ZUCCHETTI LA TECNOLOGIA CHE CI UNISCE

Contatti

matteo.casmiri@zucchetti.it

Tel. +39 342 9914178

