



FUTOUR

Unità 6

Competenze Digitali e Influencer di
Viaggi. Caso Studio:
Vasilis_Travels

2021-2-DE02-KA220-VET-000048785

Al termine della presentazione:

- Che cosa significa Influencer di viaggi.
- Comprendere l'importanza per le destinazioni dell'influencer marketing.
- Come gli influencer di viaggi usano la tecnologia.
- Comprendere come la tecnologia può essere utile a promuovere le aziende e i luoghi.



INDICE

01

INTRODUZIONE

Digitalizzazione e Marketing
delle destinazioni

02

DESTINAZIONI

INFLUENCER E
INNOVAZIONE

03

PIANIFICAZIONE

COMPETENZE DIGITALI:
Vasilis_Travels

04

CONCLUSIONE



INTRODUZIONE:

Digitalizzazione

- Le tecnologie continuano a innovarsi, a rivoluzionare e influenzare le nostre vite.
- La digitalizzazione modella e influenza la società in modi spesso imprevisi.
- È importante comprendere esattamente **quali cambiamenti stiamo vivendo e come possiamo garantire, a livello collettivo e individuale, che la rivoluzione in corso crei dei benefici per noi e per la società.**



INTRODUZIONE:

Cipro e la transizione tecnologica




- C'è una corsa continua a sfruttare le crescenti esigenze di digitalizzazione e acquisire un vantaggio per essere arrivati tra i primi.
- La realtà trasformata dal digitale ha offerto a Cipro l'opportunità di distinguersi come destinazione favorevole all'innovazione e di **gettare le basi per promuovere le nuove tecnologie e le tendenze del mercato inerenti allo spazio digitale**.

(Vice Ministro del Turismo – Repubblica di Cipro, 2023)

Influencer di Viaggi (Travel Influencer)





“L'Influencer marketing rappresenta una nuova strategia di marketing che coinvolge gli influencer (celebrità o persone comuni) che sono attivi sui social network; l'azienda sfrutta la loro attività per guidare la consapevolezza del marchio dei consumatori e/ o le loro decisioni di acquisto”

(Sesar, Hunjet, & Kozina, 2021,p.186)

Perchè gli Influencer di Viaggi?

I consumatori danno molta fiducia ai viaggiatori che usano i social media!

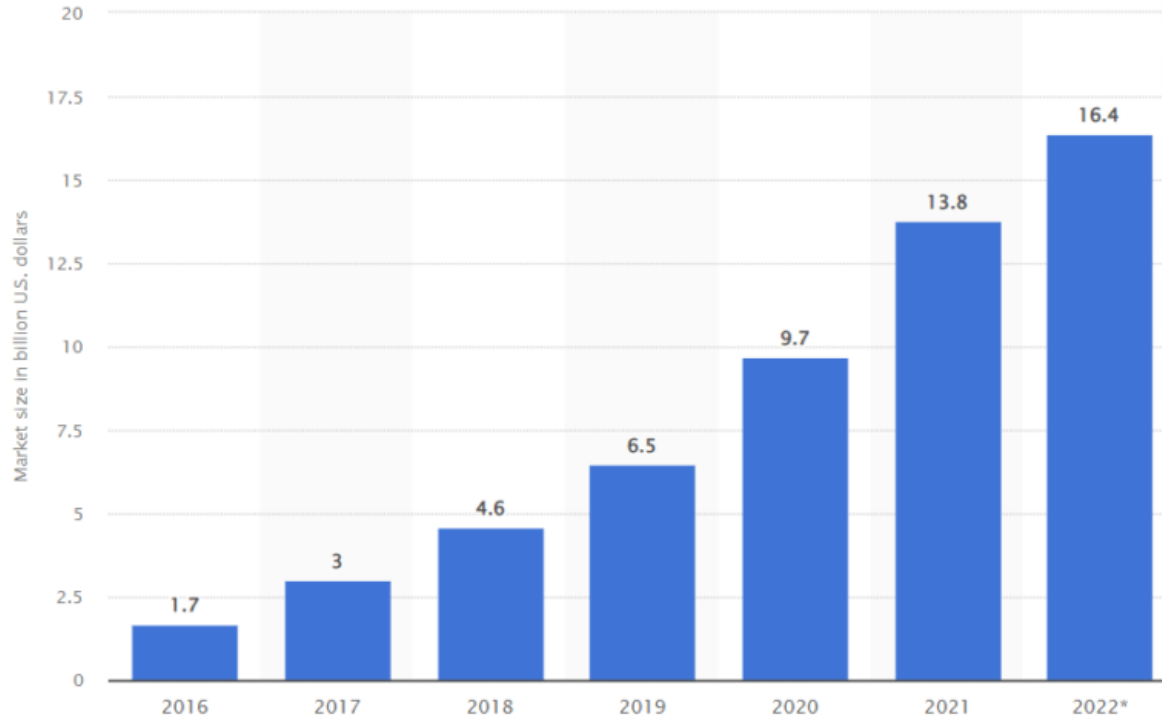
Le statistiche mostrano che:

- 1) Il 74% dei consumatori si affida ai social media quando devono prendere una decisione relativa a un acquisto (Bennett, 2014).
- 2) Il 92% delle persone si fida delle raccomandazioni fatte da altre persone – anche quando non le conoscono personalmente – riguardo ai marchi (Nielsen's Global Trust in Advertising Survey, 2012).



Influencer Marketing

- L'Influencer Marketing cresce fino a \$16.4 miliardi



Fonte: [statista.com](https://www.statista.com)

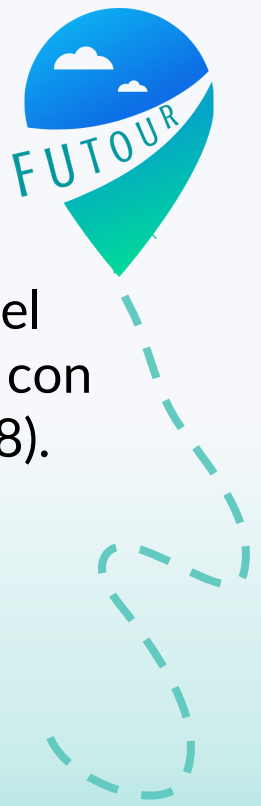
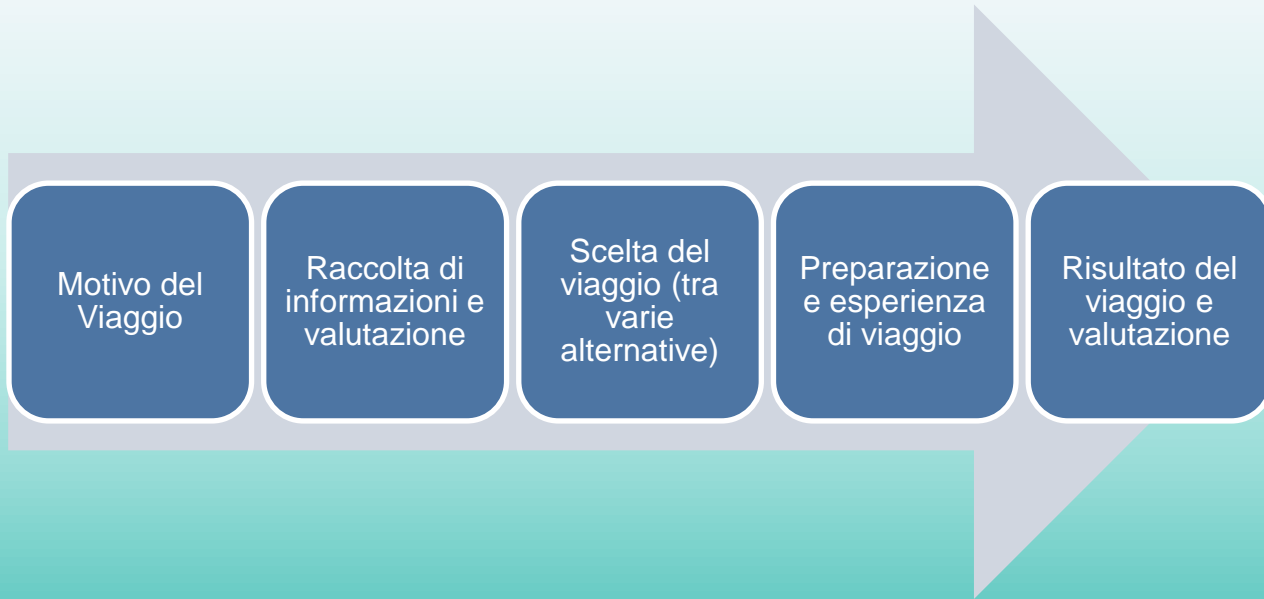


*Che cosa cercate prima di fare un viaggio
in una destinazione?*

Qual è il vostro
processo mentale...

Scegliere un Viaggio

- L'immagine seguente (Matheison and Wall, 1982) mostra le fasi del processo di scelta di un viaggiatore che possono essere associate con le attività informative dei Social Media (McCann, 2008; Kaur, 2018).



Cosa vogliono i viaggiatori

Convenienza e
Flessibilità

Sostenibilità

Sicurezza e
comodità

Diversità

Promozioni e
Sconti

Esperienza
Personalizzata





Influencer di Viaggi e Turismo:



**AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA
DEL MARCHIO CON CONTENUTI
ACCATTIVANTI E INFORMATIVI**



**MIGLIORARE LA PERCEZIONE E
L'IMPEGNO DEL MARCHIO**



**CREARE CONTENUTI RIUTILIZZABILI
PER ALTRE ATTIVITA' E CANALI**



**PROMUOVERE NUOVE ESPERIENZE IN
MODO EFFICACE**



**COSTRUIRE LA FIDUCIA DEL
PUBBLICO ATTRAVERSO
L'AUTENTICITA' E L'AFFIDABILITA'**



**AIUTARE I CONSUMATORI A VEDERE
I VIAGGI COME REALIZZABILI**



**UMANIZZARE I MARCHI DELLE
SOCIETA' TURISTICHE**



**MANTENERE I MARCHI DEL TURISMO
FLESSIBILI PER LE NUOVE
TENDENZE**



**TRASFORMARE CHI STA
PIANIFICANDO IN CHI PRENOTA
CONCRETAMENTE (E CHI
RIPRENOTA)**



Che cosa fa un Influencer di Viaggi?

- 1) **Innanzitutto utilizza le piattaforme per la pubblicità.** Ad es. andate in un hotel, soggiornatevi qualche giorno e godetevi le esperienze che vi offrono. Condividete su piattaforme di social media le vostre opinioni sull'hotel, la camera, ecc.
- 2) **Crea contenuti esclusivi per un hotel/marchio.** Tutto il materiale rimane a disposizione dell'azienda e può essere utilizzato a scopi di marketing.

Può essere ingaggiato da numerosi enti e aziende nel settore dei viaggi

Ad esempio:

- **Gli enti per il turismo** che cercano di attirare nuovi turisti
- **Gli hotel** che vogliono migliorare il loro grado di visibilità e aumentare il numero di prenotazioni
- **Le aziende** che offrono servizi turistici come il noleggio auto, le assicurazioni di viaggio...
- **I marchi** collegati al turismo, come quelli di valige e bagagli.



(Kaur, 2018)



Influencer e Marketing di Destinazione !

Pensateci!

Quante volte avete scoperto un nuovo posto/
attrazione grazie all'account di un influencer sui
social media?

- Trovate due influencer di viaggi e scrivete quello che secondo voi li rende interessanti.

Canali usati dagli Influencer di Viaggi



Un influencer di viaggi promuove un prodotto, un servizio o un'azienda grazie ad un'attività di passaparola digitale (eWOM) grazie ai suoi canali digitali e alla sua presenza digitale.

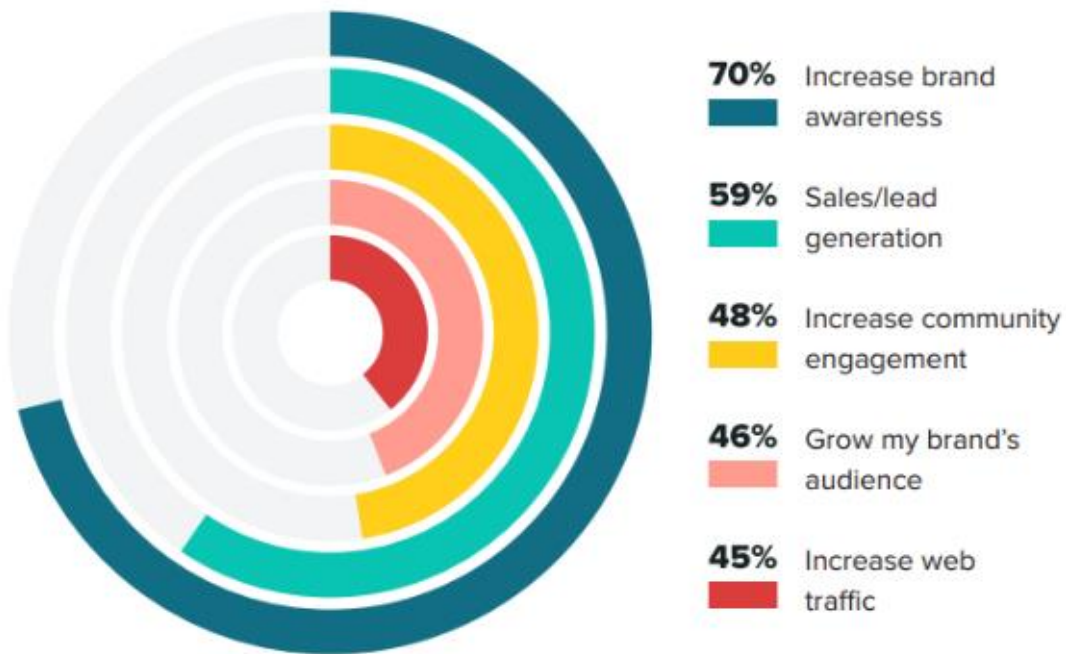
I canali digitali e la presenza online possono essere quantificati o descritti in termini di:

- Follower
- Iscritti
- Visualizzazioni
- Portata organica/a pagamento
- Autorità di dominio (trust flow ecc)
- Ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO)





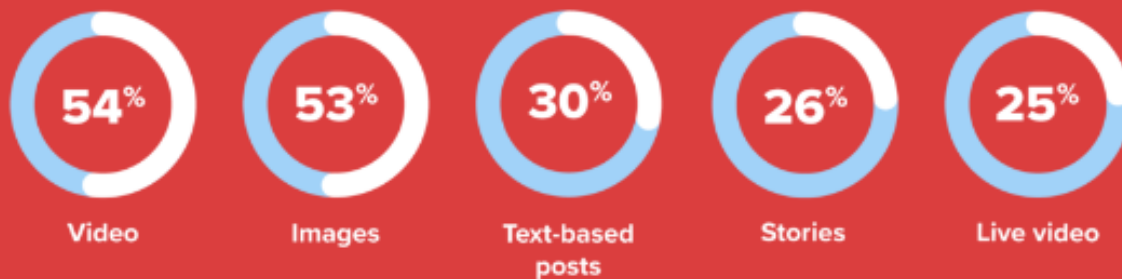
Social marketers' top goals for social



Principali obiettivi sociali dei distributori

70% aumentare la notorietà del marchio
59% generare vendite/contatti
48% aumentare l'impegno nella comunità
46% aumentare il pubblico del marchio
45% aumentare l'attività online

Types of content marketers say are most valuable for social goals



[Tipi di contenuti ritenuti più importanti dai distributori per raggiungere obiettivi sociali: video, immagini, post scritti, storie, video live]

Fonte: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-channels/>

Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels



Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

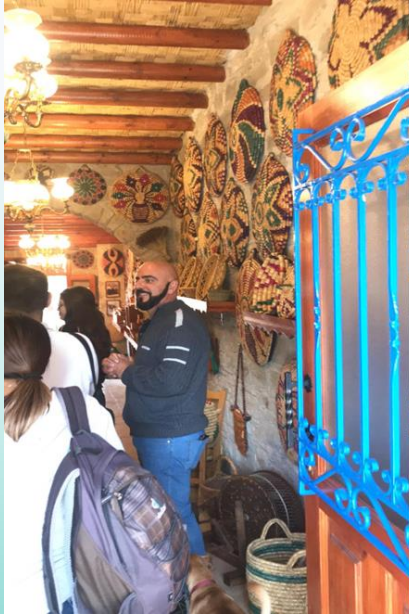


Assistenza al Vice Ministro del Turismo



Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Promuovere l'Agriturismo



Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels



- Tour Guidati

Attenti alla competizione!

Gastronomy - Agrotourism 7-day package

The Cyprus countryside has a diverse wealth of its own with traditional villages, vineyards and wineries, tiny fresco-painted churches, and remote forests.



KYTV Tourism & Travel

Cost Includes

- 6 - night accommodation with breakfast
- 6 full day excursions to explore Cyprus - wine and gastronomy routes
- English speaking escort and licensed tour guide
- Entrance fees where applicable
- Transfers for the whole duration of stay

Not included

- Air ticket
- Personal expenses
- Insurance

Remarks

- Special prices for groups of 10 or more
- Discounted prices for children under 12 years old
- Packages may be adjusted according to guests' needs



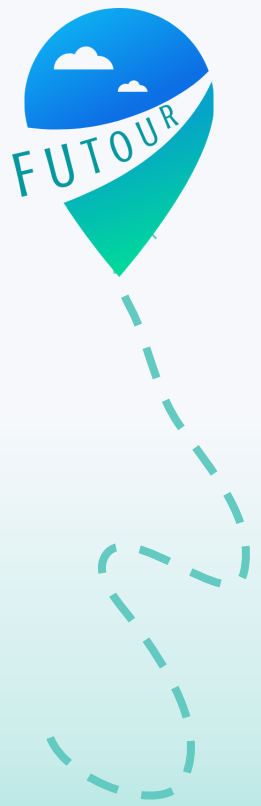
Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Ospitare eventi in collaborazione con le ambasciate



Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Organizzare Eventi con le comunità locali : Ballo e Gara di Carnevale



Φωτο Κάρκος
Καρναβάλι 2020

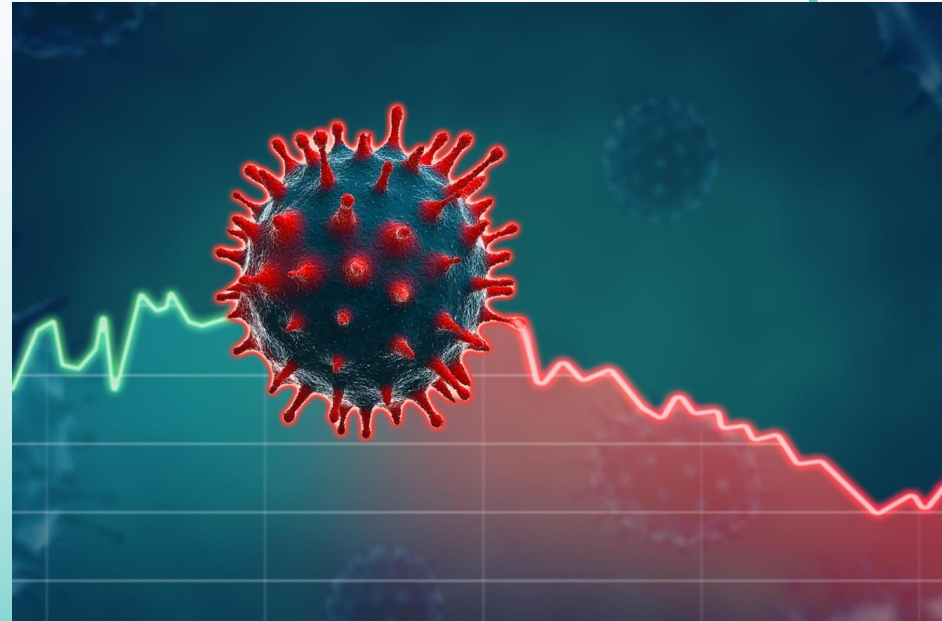
Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Flessibilità e Creatività



- Valutate ciò che le persone amano guardare.
- Cosa piace dei video alle persone ?
- Come si possono avere più follower ?
- Qual è il pubblico di riferimento?
- Quali sono le ultime tendenze?
- Quali sono le app più popolari?

####CREAZIONE DI CONTENUTI####





In qualità di Influencer di Viaggi cosa fareste per promuovere una destinazione?

Elencate alcune pratiche comuni e specificate cosa vi
renderà unici rispetto agli altri Influencer di
Viaggi....

Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Creatività e Originalità



Semplicemente Cipriota
-Riconoscimento del
marchio



Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Flessibilità – Passare al Virtuale: Mostra Virtuale del Vice Ministro per il Turismo



Visit event website: www.meetincyprus.com

We are excited to announce the upcoming **Meet in Cyprus – Virtual Expo** which will take place on the 14th & 15th of April 2021.

CIMA is proud to invite you to take part in the first ever Cyprus virtual showcase. The event is sponsored by the Cyprus Convention Bureau of the Deputy Ministry of Tourism.

Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

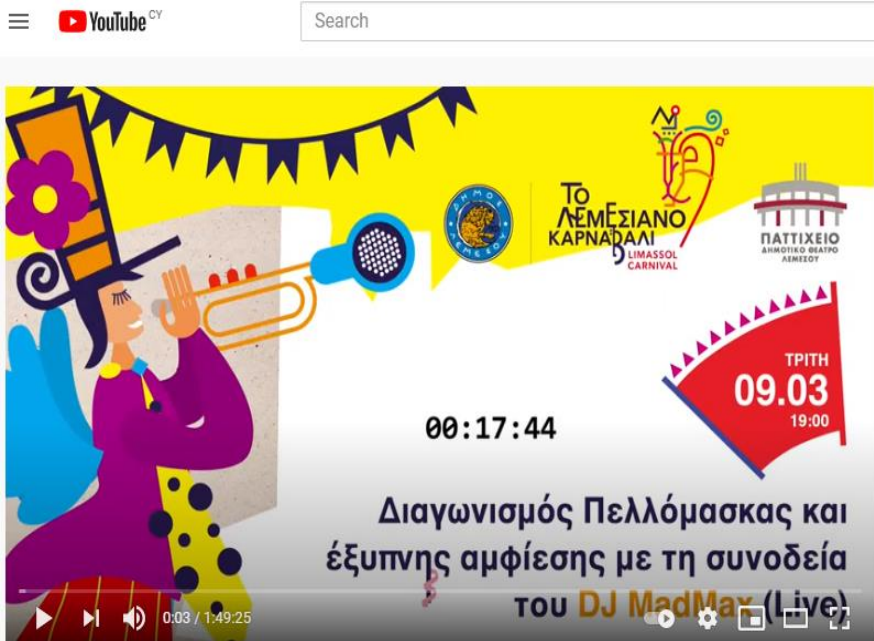
Adattabilità – Passare al Virtuale:

Mostra Virtuale del Vice Ministro per il Turismo



Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Flessibilità – Passare al Virtuale: Evento a teatro di Carnevale Virtuale



Διαγωνισμός Πελλόμασκας

934 views · Streamed live on Mar 9, 2021

14 0 SHARE SAVE ...



Pattihio Theatre
657 subscribers

SUBSCRIBE



Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Collaborazioni con i marchi



- Codici di sconto e marketing di affiliazione - Seguite, taggate e VINCETE!
- Collaborate con altri influencer:
 - @Cypruseats
 - @Foodlogger.cy



Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Preparare dei reel con canzoni popolari



Iniziate le competizioni

Preparate i Reel:

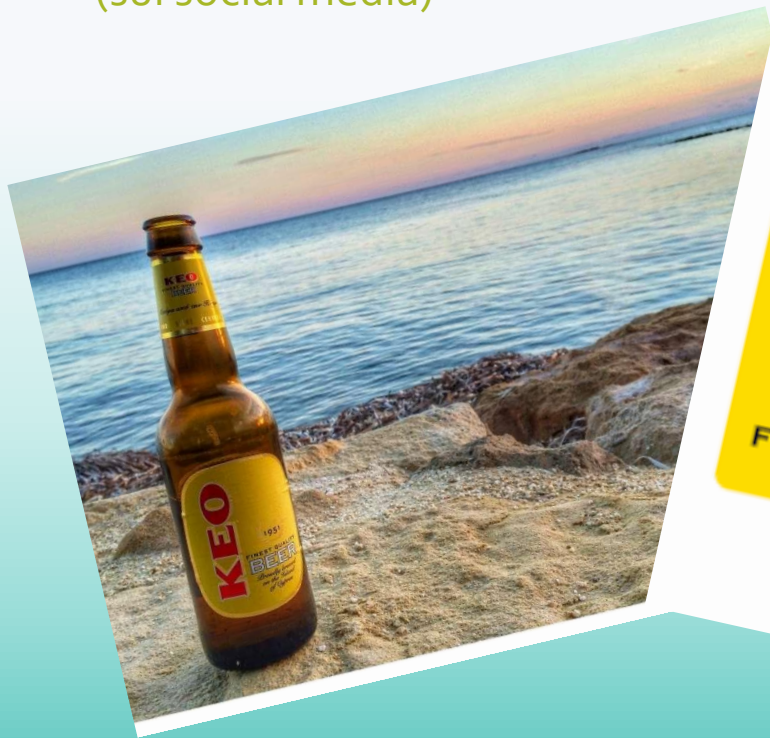
- https://www.instagram.com/reel/CjVPgySDGeG/?utm_source=ig_web_copy_link



Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Post di un Influencer sponsorizzato da un marchio specifico

- Collaborazione con la birra locale KEO per un'attività di pubblicità pagata (sui social media)



Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Post di un Influencer sponsorizzato da un marchio specifico

- Collaborazione con i distributori di carburante ESSO per la loro promozione (sui social media):

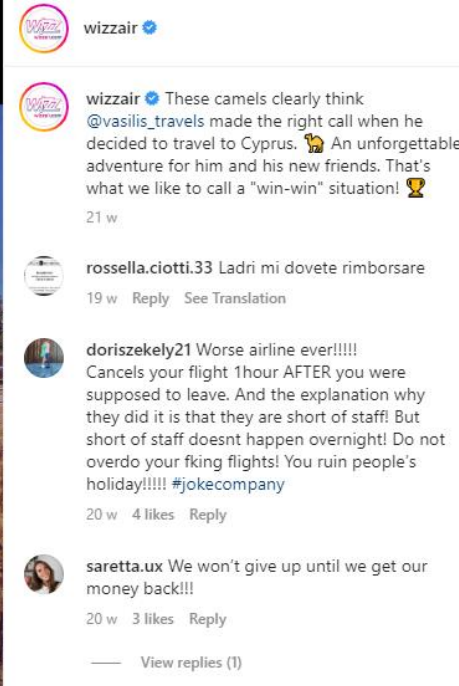
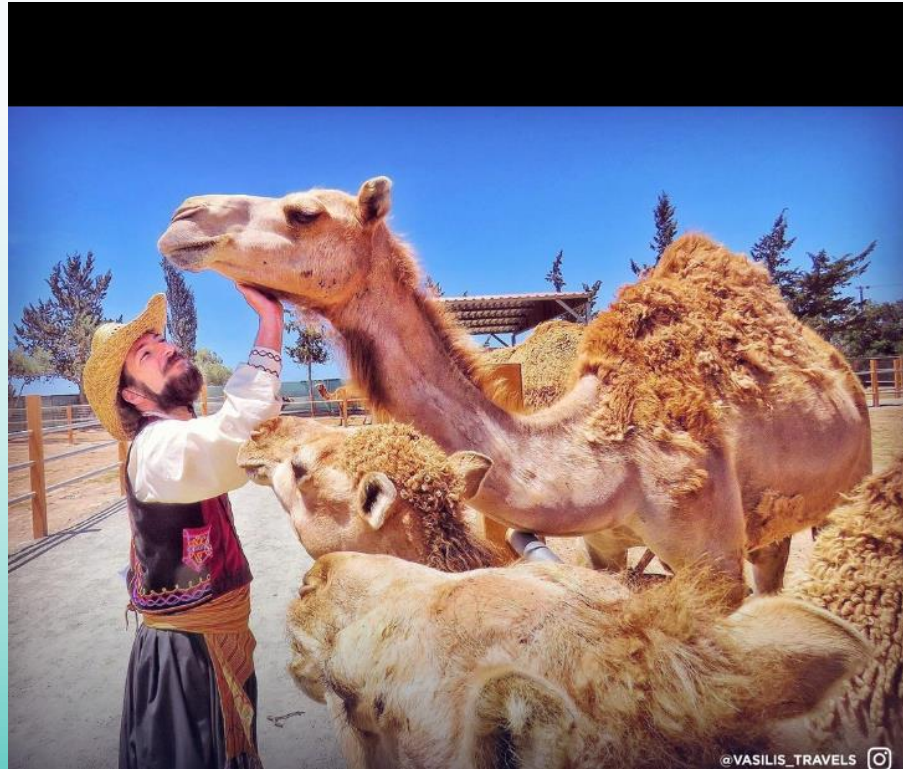


Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Post di un Influencer sponsorizzato da un marchio specifico



- Collaborazione con Wizz Air per una campagna promozionale pagata (sui social media):



Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels



Outcome:

- Maggiore visibilità dei contenuti
- Attrazione di un maggiore "traffico" digitale
- Riconoscimento
- In futuro: Tour e escursioni
- Maggiori collaborazioni



Il caso di un Microinfluencer di Viaggi : @Vasilis_Travels

Ottenere Visualizzazioni e Ingaggi



 **Vasilis Papavasiliou**
Oct 24, 2019 · 🌐

What happens when it rains for 5 min in Cyprus ? More videos on instagram : @Vasilis_travels



 **Conte**
Βασίλη αγαπωωωωωωωω αχαχαχαχα αχ...

 3.1K 3K Comments 2.5K Shares 422K Views

 Like  Comment  Share

Conclusioni

- L'industria del turismo non può permettersi di ignorare le possibilità offerte dai nuovi media, in particolare in relazione alla pubblicità e alla crescita.
- I modelli di sviluppo includono l'uso sempre maggiore di dispositivi portatili per l'analisi dei dati e attività simili, e l'aumento delle attività digitali per diversi scopi.
- I nuovi media hanno avuto un impatto significativo su molte delle nostre attività quotidiane.
- I social network hanno influenzato ogni aspetto dell'industria del turismo e hanno cambiato il modo di viaggiare.
- I Social Media nell'industria del turismo permettono un'interazione migliore con i clienti, li aiutano a compiere le giuste scelte e creano vantaggi per entrambe le parti.

Tuttavia, ogni medaglia ha due facce:

- Se da un lato i social media hanno un impatto positivo sui consumatori o sulle politiche di marketing come la consapevolezza del marchio, la costruzione della reputazione, il processo decisionale, la valutazione delle alternative, e così via, dall'altro possono anche avere **impatti negativi** dovuti ad un uso inappropriato come la pubblicazione di **finte recensioni e fake news** o la creazione di storie o feed accurati ma non autentici, che spingono le persone a fare scelte sbagliate.



Bibliografia



- Bennett, S. (2014). Social Media Business Statistics, Facts, Figures & Trends 2014. Adweek. Internet access: <http://www.adweek.com/socialtimes/social-business-trends-2014/498129> [accessed April 11, 2023].
- Deputy Ministry of Tourism - Republic of Cyprus. (2023). Home page : Deputy Ministry of Tourism - Republic of Cyprus Retrieved from https://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/home_en/home_en?openform [accessed April 21, 2023]
- Expedia Group Travel Outlook (2023). Internet Access: <https://www.expediagroup.com/media/media-details/2021/Expedia-Group-Monthly-Travel-Outlook/> [accessed May 6, 2023]
- Kaur, H. (2018). Social media as a travel influencer: A review of recent studies. International Journal of Academic Research & Development (IJAR&D), 4(2), 81-85.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism: economic, physical and social impacts. London: Logman.
- McKinsey and Company (2023). Internet Access: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/make-it-better-not-just-safer-the-opportunity-to-reinvent-travel> [accessed April 27, 2023]
- Nielsen's Global Trust in Advertising Survey.(2012). Internet access: <http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2012/niensenglobal-consumers-trust-in-earned-advertising-grows.html> [accessed April 29, 2023].
- PWC SURVAY (2023) :). Internet access: <https://www.pwc.com/us/en/industries/consumer-markets/library/five-travel-trends.html> [accessed April 27, 2023].
- Sesar, V., Hunjet, A., & Kozina, G. (2021). Influencer marketing in travel and tourism: literature review. Economic and Social Development: Book of Proceedings, 182-192.
- UNWTO. (2023). DIGITAL TRANSFORMATION. Retrieved from: <https://www.unwto.org/digital-transformation> . [accessed May 5, 2023].

GRAZIE!

Avete delle domande?



**Cofinanziato
dall'Unione europea**

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

