

20 Settembre 2016

**VILLA BASSI, Via Appia Monterosso 56
35031 ABANO TERME**

PROGRAMMA SEMINARIO

"NUOVE FRONTIERE DEL TERMALISMO E DEL BEN-ESSERE: STATISTICHE E CONSIGLI PER UNA RISPOSTA CORRETTA ALLE NECESSITÀ DELL'UTENZA"

Ore 10:00-13:00

Prima sessione (1 h) – Cosa chiedono i mercati esteri: punti di forza e debolezza del termalismo italiano secondo la clientela straniera

Relatore: Paola Tournour – TTG ITALIA

Esposizione con lettura ragionata dei dati di tendenza più significativi emersi dalla ricerca realizzata da TTG sui mercati esteri

Seconda sessione (2 h) – Costruire la desiderabilità del prodotto con la sociosemiotica del marketing

Relatore: Laura Rolle - Docente di Semiotica della pubblicità e Linguaggi della Comunicazione Aziendale presso l'Università di Torino; Sociosemiotica del design presso l'Università del Design di Torino (IIAAD)

- Lettura sociosemiotica dei risultati dell'indagine
- Ripensare il benessere, nuovi concetti e tendenze
- Come costruire la desiderabilità del prodotto: modalità e strumenti per ri-progettare il termalismo
- Lusso e benessere: quale relazione?
- Tematizzare uscire dai profili sociodemografici, costruire strategie e prodotti sulle tendenze
- Packaging e identità per i prodotti termali

Ore 13:00-14:00 Light lunch

Ore 14:00-16:00

Terza Sessione (2 h) – Il termalismo sul web: gli strumenti più adatti per raggiungere e fidelizzare l'utenza

Relatore: Dario Carissimi - Specialista di web marketing e sociosemiotica applicata al web

- Cosa sta cambiando sul web e sui social network e perché è necessario tenerne conto nella propria comunicazione online, soprattutto nel settore wellness
- Come emergere dal rumore del web per comunicare direttamente con i clienti potenziali e far percepire in modo differente la propria offerta
- Istruzioni per "non perdere" i visitatori che arrivano sul sito web
- La strategia "funnel oriented": come integrarla alla comunicazione web per acquisire nuovi contatti diretti e nuovi clienti
- Le strategie web "differenti" per creare un contatto diretto, esclusivo e riservato con potenziali cliente del segmento "luxury"
- Le opportunità per il settore wellness-termale nella pubblicità su app e mobile
- Le tipologie di annunci e i risultati offerti dalla pubblicità sui social network: Facebook ads, Instagram ads, LinkedIn ads, Twitter ads, Pinterest ads
- Perché e come promuoversi attraverso applicazioni mobile di messaggistica
- Breve sguardo al futuro: introduzione alla realtà aumentata, alla realtà virtuale e alle loro potenziali applicazioni per il settore del termalismo e del benessere.