DISTRETTO ATTRATTIVITA' TURISTICA BASSO LODIGIANO

PERCORSO FORMATIVO DI COACHING IMPRENDITORIALE PER IL WEB MARKETING

Comuni di Bertonico. **Brembio** Casalpusterlengo, Cavacurta, Codogno, Fombio. Maleo. Orio Litta. Terranova Lodigiana, Somaglia, Dei Passerini della Provincia di Lodi e San Colombano al Lambro della Provincia di Milano, con la Provincia di Lodi, al Parco Regionale Adda Sud, il Sistema Turistico Po di Lombardia, alla Riserva Naturale MONTICCHIE di Somaglia, il PLIS del BREMBIOLO, il PLIS della Collina di San Colombano, il Teatro di (Ente gestore Teatro Casalpusterlengo), il Touring Club Italia - Club di territorio del Lodigiano, la Strada del Vino San Colombano e dei Sapori Lodigiani, il Consorzio Volontario per la tutela dei vini DOC San Colombano, la **FIAB** sezione di Casalpusterlengo; il Movimento Turismo del Vino di Lombardia, Associazione Imprenditoriale Unione del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano, associazione di rappresentanza delle micro, piccole e medie imprese del settore commerciale e turistico nelle Province di Milano, Lodi, Monza Brianza, hanno costituito il **Distretto** dell'Attrattività Turistica "Dove l'Adda e il Lambro incontrano il Po: itinerari tra fiumi, arte, natura e buona cucina!" finalizzato alla valorizzazione del territorio attraverso un itinerario cicloturistico che unendo piste ciclabili esistenti e strade bianche consente di visitare luoghi ricchi di elementi naturali artistico-culturali ed enogastronomici di pregio. Nell'ambito delle iniziative promozionali volte a favorire lo sviluppo del sistema economico locale, in una logica di promozione integrata dell'attrattività territoriale. Attrattività Turistica, così costituito, intende proporre ad alcune imprese del turismo e del commercio che svolgono l'attività primaria classificata con i codici ATECO all'allegato B, con sede legale in un comune del DAT, un:

PERCORSO FORMATIVO DI COACHING IMPRENDITORIALE PER IL WEB MARKETING

Il percorso sarà articolato in tre incontri, della durata di 4 ore ciascuno, che si terranno presso la sala Consiliare del Comune di Casalpusterlengo:

- Lunedì 15 febbraio 2016 ore 14,00 18,00
- Lunedì 22 febbraio 2016 ore 14,00 18,00
- Lunedì 29 febbraio 2016 ore 14,00 18,00

Ciascuna azienda coinvolta nel progetto avrà diritto ad una pagina web dedicata all'interno di una apposita sezione del sito internet del Distretto Attrattività Turistica e georeferenziata in una apposita mappa Google.

La strategia ed il modus operandi del progetto metteranno in grado gli operatori/attori turistici del territorio di gestire, aggiornare e sviluppare gli strumenti di web-marketing ideati dal progetto del Distretto, nonché la creazione di una "comunità di operatori per il web-marketing territoriale" capace di favorire lo sviluppo di sinergie e collaborazioni finalizzate ad elaborare e sviluppare azioni di marketing territoriale e di promo-commercializzazione turistica.

Con il percorso formativo verranno trasmesse competenze ai partecipanti facendo ottenere risultati concreti parallelamente alla formazione.

Le competenze apprese quindi, oltre ad essere importanti per sviluppare le potenzialità del progetto, potranno essere proficuamente utilizzate dai singoli operatori nell'ambito della propria strategia di marketing.

<u>Per la partecipazione è necessario</u> <u>munirsi di un computer portatile dotato</u> <u>di wi-fi.</u>

La domanda deve essere inviata esclusivamente tramite PEC dal 1 Febbraio 2015, all'indirizzo: casalpusterlengo@cert.elaus2002.net.

Saranno ammesse al corso le ditte richiedenti, fino ad <u>un massimo di 20 partecipanti</u>, tenendo conto dell'ordine cronologico di presentazione della domanda e garantendo almeno un posto a ditte residenti in ciascun Comune del DAT, qualora ci fossero domande.

Tutte le info del progetto sono sul sito <u>www.bassolodigiano.it</u> o sul sito del Comune di Casalpusterlengo

www.comune.casalpusterlengo.lo.it nonché dei siti istituzionali degli altri comuni facenti parte del Distretto Attrattività Turistica oppure rivolgersi al responsabile del S.U.A.P. dl Comune di Casalpusterlengo, ing. Antonio Simone – tel. 0377/911007.

PROGRAMMA

PRIMO INCONTRO

Lunedì 15 febbraio 2016 - ore 14,00 – 18,00 Sala consiliare Comune di Casalpusterlengo.

USARE IL SITO WEB COME STRUMENTO DI MARKETING

Docente: Denis Ferraretti

Obiettivi:

- Valutare e migliorare l'usabilità, l'accessibilità e la capacità comunicativa nel web 2.0. Verrà fornita una visione completa e complessiva di tutti gli aspetti che concorrono alla realizzazione e al posizionamento online di un sito web. Gli operatori sapranno quindi identificare gli elementi chiave su cui operare per migliorare le prestazione del loro sito web aziendale.
- Acquisire competenze sull'utilizzo e la gestione del sito web messo a disposizione dal progetto. Verranno presentate le potenzialità del sito web e ogni operatore avrà un accesso personalizzato allo strumento.

SECONDO INCONTRO

Lunedì 22 febbraio 2016 - ore 14,00 – 18,00 Sala consiliare Comune di Casalpusterlengo.

UTILIZZARE I SOCIAL MEDIA PER IL MARKETING TURISTICO

Docente: Denis Ferraretti

Obiettivi:

- Conoscere Facebook e gli strumenti che mette a disposizione per la promozione aziendale. Verrà illustrato lo strumento della PAGINA di Facebook nel dettaglio, le tecniche per avere più visibilità e le buone pratiche per aumentare il proprio pubblico sul social neteork. Verranno inoltre illustrati gli elementi fondamentali per la progettazione di una campagna pubblicitaria online e della sua realizzazione attraverso Facebook Advertising.
- Acquisire competenze sull'utilizzo e la gestione del canali social messi a disposizione dal progetto. Verranno presentate le potenzialità della pagina facebook, dell'account instagram e del canale youtube del progetto.

TERZO INCONTRO

Lunedì 29 febbraio 2016 - ore 14,00 – 18,00 Sala consiliare Comune di Casalpusterlengo.

STRATEGIE DI WEB MARKETING TURISTICO

Docente: Filippo Lenzerini

Obiettivi:

- Condividere un piano redazionale mirato per il web, grazie al quale l'aggiornamento garantire diffusione "comunitaria" dei contenuti. Il piano redazionale è un utile strumento per la gestione "comunitaria" degli strumenti web: costituisce infatti una specie di "roadmap" da seguire per aggiornare gli strumenti con modalità e tempi adeguati, ma anche in modo coordinato e con omogeneità. La produzione di contenuti aggiornati frequentemente e interessanti è infatti la chiave di volta che consente di raggiungere un migliore posizionamento sui motori di ricerca; il piano redazionale, tra gli altri aspetti, terrà conto delle parole-chiave con vorrebbero gli operatori cui essere trovati/cercati migliore per una indicizzazione delle strutture rispetto ad alcune parole chiave.
- Scoprire le potenzialità di essere comunità di operatori. L'espressione "comunitaria" indica una gestione collegiale di tali strumenti, che consenta ai singoli operatori di utilizzarla per diffondere i relativi contenuti alla propria attività (iniziative, offerte, pacchetti, eventi, foto, etc.), ma secondo precise modalità e tempi preventivamente concordati con il supporto della consulenza. Questa attività ha il preciso scopo di conferire agli strumenti webmarketing del progetto una coerenza e un'omogeneità che vengano percepite positivamente dagli utenti contribuiscano a creare la brand identity del territorio. La gestione "comunitaria" presenta inoltre vantaggi quali l'economicità, ricchezza di contenuti e la elevata frequenza di aggiornamento, al fine di trasmettere la vivacità, la varietà e la ricchezza del territorio.