



EXperiential TOurism for sustainable Rural development

Programma di Formazione di EXTOR nell'ambito del turismo rurale

UA 5: Videomaking: un corso per lo sviluppo delle competenze di base



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.





Introduzione al Marketing Digitale per il turismo rurale

Il turismo rurale ha bisogno di visibilità: siti web, social media, storytelling e SEO possono cambiare le sorti di una piccola azienda agricola o un agriturismo. Il digitale permette di raccontare storie autentiche, raggiungere nuovi clienti e creare esperienze memorabili.



Punti chiave:

- Il sito web è la vetrina digitale dell'impresa.
- I social media trasformano i clienti in ambasciatori.
- Il content marketing può promuovere la cultura e la natura locali.

Strumenti digitali fondamentali

Per chi ha poca dimestichezza, ecco gli “essenziali”:

- **Google My Business:** migliora la presenza su Google.
- **Google Analytics:** capisce chi visita il tuo sito.
- **Facebook, Instagram, TikTok:** per raccontare la tua storia visivamente.
- **Booking.com, Airbnb:** aprono le porte a nuovi clienti.
- **Shopify, WooCommerce:** vendi prodotti locali direttamente online.
- **Mailchimp:** invia newsletter in modo professionale.





Social Media Marketing: come usarli bene

Ogni piattaforma ha un linguaggio:

- **Instagram & TikTok:** perfetti per la bellezza naturale e video brevi.
- **Facebook:** utile per gruppi locali, eventi e articoli.
- **YouTube:** per tour virtuali e racconti più lunghi.



Tips:

- Usa **hashtag** mirati (#agriturismo, #viaggiinitalia).
- Coinvolgi il pubblico con **quiz e sondaggi**.
- Promuovi **contenuti autentici**: cucina, artigianato, paesaggi.

Costruzione di un Sito Web coinvolgente

Un sito efficace è semplice, veloce e bello. Deve:

- Essere ottimizzato per smartphone.
- Avere foto di alta qualità e pulsanti visibili come “Prenota ora”.
- Includere recensioni reali e info chiare su prezzi, attività, contatti.

 **Consiglio:** usa piattaforme come Wix o WordPress per partire facilmente.

WIX

 **WORDPRESS**

SEO: Come farti trovare su Google

Essere su Google è vitale. I trucchi:

- Usa **parole chiave locali** ("agriturismo Toscana", "turismo rurale Puglia").
- Ottimizza **titoli, immagini, descrizioni**.
- Crea articoli tipo "Cosa fare in Val d'Orcia in autunno".



Integrare un e-commerce semplice

Permetti prenotazioni e acquisti online:

- **Booking online:** integra plugin come Bookly.
- **Pagamenti sicuri:** usa Stripe o PayPal.
- **Vendita prodotti locali:** crea un piccolo shop online (formaggi, vino, marmellate).





Monitorare le performance con Analytics

Vuoi sapere da dove arrivano i clienti? Cosa funziona?

- Traccia click, vendite, tempo sul sito.
- Usa **URL con parametri UTM** per capire da quale campagna arriva un visitatore.

 **Esempio:** se Instagram porta più visitatori di Facebook, investi lì.

Storytelling: racconta la tua storia

Le persone amano le storie vere:

- Racconta il tuo legame con la terra, la tua famiglia, le tue tradizioni.
- Usa interviste, aneddoti, esperienze dei clienti.
- Fai parlare le persone del posto o i turisti che ti hanno visitato.





Coinvolgere la comunità locale

Il turismo rurale è comunitario:

- Collabora con produttori locali, artigiani, guide.
- Organizza eventi congiunti (es. “festa del raccolto” o “cena a km0”).
- Condividi sui social questi momenti per creare senso di appartenenza.





Sostenibilità Digitale

Un marketing consapevole aiuta anche l'ambiente:

- Usa piattaforme digitali green.
- Parla delle tue iniziative ecologiche.
- Incoraggia turisti responsabili.





Ottimizzazione visiva

- Immagini e mappe rendono i contenuti più coinvolgenti.
- Usa **Canva**, **Piktochart** per infografiche e itinerari.
- Con **Mapbox** crea mappe personalizzate.
- Tour virtuali aiutano il turista a “sentirsi già lì”.



Contenuti brevi VS lunghi

- **Brevi** (Instagram, TikTok): veloci, emozionali, virali.
- **Lunghi** (YouTube, blog): per chi vuole approfondire.

 **Suggerimento:** alterna entrambi per coprire pubblici diversi.

Email Marketing

La newsletter non è morta! Usa:

- **Mailchimp** per creare grafiche carine.
- Offri sconti esclusivi o eventi a chi si iscrive.
- Automatizza invii di promemoria, conferme, saluti post-soggiorno.

Partnership e Influencer

Collabora:

- Con influencer locali o eco-traveller.
- Con scuole, associazioni, festival regionali.
- Crea pacchetti con altre realtà (es. soggiorno + visita in cantina).





Come risolvere le difficoltà digitali

Ostacoli comuni:

- **Scarsa connessione?** Pensa a contenuti offline o leggeri.
- **Pochi soldi?** Inizia con strumenti gratuiti.
- **Poco tempo?** Automatizza post e mail.



Pensare in modo strategico

Non serve essere ovunque, ma **nei posti giusti**.

Fai così:

- Analizza il tuo target (età, interessi, lingua).
- Scegli i canali migliori.
- Fissa obiettivi: più visite? Più prenotazioni? Più interazioni?



Prova, Sbaglia, Sperimenta, Migliora

Il digitale è sperimentazione:

- Cambia foto, titoli, call to action.
- Monitora cosa funziona di più.
- Aggiusta continuamente.



Comunicare valore, non solo le offerte

Non vendere solo un servizio: racconta **perché** è speciale. Esempi:

- “Non un semplice soggiorno, ma un ritorno alla natura.”
- “Scopri i segreti della cucina contadina pugliese.”



Ispirare viaggiatori a lungo termine

Il marketing non deve finire dopo la visita:

- Crea una community social.
- Invia aggiornamenti stagionali (es. “i colori dell’autunno”, “raccolta delle olive”).
- Rendi ogni cliente un potenziale ambasciatore.



Inizia oggi, a piccoli passi!

Non servono grandi budget o un team di esperti per partire. Bastano:

- Un sito semplice.
- Una pagina Instagram aggiornata.
- Una storia da raccontare.



EXperientialial TOurism for sustainable RurAl development

Grazie!

