



Il Mensile



Sezioni

[News](#)

[Agenda](#)

[Mercato](#)

[Approfondimenti](#)

[Gare](#)

Servizi

[Banca dati eventi](#)

[Event MKT Directory](#)

[Who's Who degli Event Manager](#)

[European Bea](#)

[Bea Italia](#)

[Link](#)



[Registrati](#) | [Abbonamenti](#) | [Chi Siamo](#) | [Contatti](#) | [My e20](#)

bea
[best event awards]



▶ **EVENTO DEL GIORNO**

▶ **EVENT MANAGER**

[Home](#) > [News](#)

TIPOLOGIE DI EVENTI > LANCIO DI PRODOTTO/ SERVIZIO

'Marketing per le imprese turistiche', il futuro del turismo nel libro di Maurizio Testa

26/06/2009

È la guida che ogni piccolo albergatore dovrebbe gelosamente custodire nel cassetto della propria reception. Il 'manuale d'istruzioni' tagliato su misura per la propria impresa turistica. Un vademecum agile ed esaustivo per uscire dall'anonimato, conquistare nuove fette di mercato e guardare alla crisi con la consapevolezza di operare al meglio.

'Marketing per le imprese turistiche' (Il Sole 24Ore, 315 pagine, 29 euro) è il nuovo libro di **Maurizio Testa**, figura sui generis nel panorama imprenditoriale e turistico italiano - al contempo esperto e docente di marketing e comunicazione, ma anche albergatore di lungo corso all'isola d'Elba - capace di fondere in questo libro il suo duplice ruolo.

Da questa alchimia ne esce un volume prezioso per le piccole e medie imprese alberghiere del Bel Paese. Un manuale dal taglio operativo che traccia un filo rosso nella selva di strategie comunicative e promozionali, il più delle volte velleitarie e inefficaci, che si addensa attorno a quella fittissima rete di piccole aziende turistiche che altro non è che l'ossatura portante del nostro terziario. E così sfogliando il libro si impara a distinguere tra marketing essenziale e secondario, a non tralasciare particolari a prima vista insignificanti quali biglietti da visita e brochure, a promuovere una newsletter, ad affidarsi a quello strumento, magari fino al giorno prima sconosciuto, che è l'ufficio stampa, scoprendone segreti e virtù.

Un viaggio attraverso i vantaggi ancora non del tutto acquisiti delle nuove tecnologie, da internet agli ultimi sistemi di pagamento elettronico, fino alla commercializzazione del proprio prodotto per mezzo di risorse innovative come cartoline digitali, iPhone, BlackBerry o le ultime frontiere del 'click-to-call'.

Gli obiettivi? "Liberarsi dal complesso d'inferiorità che attanaglia le pmi alberghiere italiane troppo spesso portate ad imitare i grandi alberghi», spiega Maurizio Testa. "Ma anche non dilapidare i propri ristretti budget, centellinare gli sforzi, indirizzando nella giusta direzione risorse e buone idee".

Insomma più che un libro "Marketing per le imprese

Cerca news

Ricerca avanzata news

▶ **REAL TIME NEWS**

29/06/2009 11.00
Declassamento alberghiero, uno spettro da scongiurare
29/06/2009 10.00
Torna a settembre il rally con le auto d'epoca
26/06/2009 21.05
AGENDA DI LUNEDÌ 29



Concorso on line rivolto ai progettisti, che hanno ideato oggetti di uso quotidiano creati con componenti dell...

[Vai alla scheda](#)

turistiche" si accredita come una bussola nelle mani delle nuove generazioni di imprenditori impegnati nel rilancio del nostro turismo, finalmente convinti della necessità di affrontare con determinazione la sfida della sempre più agguerrita concorrenza estera, delle ristrettezze economiche di questi anni che impongono scelte ponderate e al passo con i tempi. Perché fare turismo è, oggi più di ieri, fare economia.

Per ulteriori informazioni e scaricare l'immagine del libro clicca su:

<http://www.mauriziotesta.com/ufficiostampa.html>

[« Indietro](#)

[Stampa](#)

[Invia ad un amico](#)