

**M** MAGAZINE

▲ Dossier

Associazioni
Branding
Digital Marketing
Loyalty&Geomarketing
Marketing Alternativo
Marketing Sociale
Marketing Strategico
Marketing Turistico

Retail
Sport Marketing
Trend organizzativi

▲ Osservatorio

Dalla Redazione

Focus on

▲ Info e news

Eventi e Formazione
Marketing Job
Rassegna stampa
News online

Viaggi

Libreria

Azienda online

▲ Interactive

Newsletter
Community
Forum
TV Entertainment

M INSTITUTIONAL

Chi siamo
Partnership
Siti amici
Contatti

M DB SERVICE

Libreria



Marketing per le imprese turistiche

Autore: Maurizio Testa
Prezzo: € 29,00
Anno: 2009
Editore: Il Sole 24 Ore Pirola



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" 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 pm 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 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.



Back

Segnala questa pagina | Aggiungi ai preferiti | Advertising | Plugin utili | Legal info | Credits

MyMarketing.Net è una testata giornalistica registrata al Tribunale di Milano n. 327 del 10/05/2004 - Un progetto by 

CERCA VAI**M** NEWSLETTER

Iscriviti alla Newsletter per essere sempre aggiornato sulle news dal mondo del Marketing!

FEED RSS



prodotti e servizi