



CONSULENZA  
E RISORSE

***Analisi di Mercato***

***Progetto VILLA CRISCI B&B di CHARME***

***autore: Dott.ssa Elda Marchigiano***

***Project Designer CeR***

## ANALISI DEL MERCATO PER VILLA CRISCI B&B DI CHARME

### INTRODUZIONE

Il progetto pensato per Villa Crisci B&B di Charme si prospetta non solo come una trasformazione di una struttura ricettiva, ma come una rinascita culturale e sostenibile che incarna l'essenza della via dei Trabocchi simbolo del luogo in cui la stessa struttura si trova.

La visione di Villa Crisci va ben oltre il concetto tradizionale di un bed & breakfast.

Il fine del B&B è di offrire dei servizi supplementari che lo rendano non solo un luogo dove pernottare ma una destinazione in sé, un luogo che riporta al contemporaneo un edificio storico del 1800 nel cuore delle maggiori vie di transito della città.

Puntare al rapporto diretto con il cliente ed accoglierlo come se si fosse ricevuti alla festa in loro onore, crea una connessione personale che supera i concetti ordinari della concorrenza.

Questo è un ritorno all'essenza del viaggio, che porta conoscenza di nuovi luoghi ma anche delle persone e storie che li abitano.

Un aspetto fondamentale del business plan di Villa Crisci è il suo impegno verso l'innovazione e la comunicazione con il mondo. L'integrazione di strumenti digitali e AI non è solo una questione di efficienza operativa; è una riflessione su come l'ospitalità può evolversi nell'era digitale. Questa tecnologia permette una personalizzazione senza precedenti del servizio, creando esperienze che rispondono alle esigenze individuali in modo intuitivo e immediato. Questa è l'ospitalità del futuro: personalizzata, efficiente e profondamente umana.

### Cosa è emerso dallo studio

Sulla base del concetto di business fornito, la redditività della villa di Charme di Vasto, in Italia, sembra promettente se si considerano le seguenti metriche dei settori interessati:

- **Crescita del settore turistico:** Negli ultimi anni, l'Italia continua a essere una destinazione turistica di primo piano, con l'industria del turismo che contribuisce in modo significativo al PIL del Paese. Il settore dell'ospitalità in

destinazioni turistiche popolari come l'Italia si è ripreso dopo la pandemia, con un mercato in crescita che suggerisce una sana domanda di alloggi unici come le ville di Charme;

- **Tasso di occupazione:** L'obiettivo di un tasso di occupazione del 70% è ambizioso ma raggiungibile, soprattutto in una località turistica. A titolo di confronto, il tasso medio di occupazione degli hotel in Italia si aggira intorno al 55- 65%, con tassi più elevati nelle stagioni di punta. Il raggiungimento di un tasso di occupazione superiore alla media nazionale può essere raggiunto attraverso una forte penetrazione nel mercato e di strategie di marketing efficaci;
- **Marketing online e canali di distribuzione:** La strategia di sfruttare la presenza online attraverso un sito web, i social media, il SEO e gli annunci delle OTA è in linea con le pratiche di successo del settore. Ad esempio, le ricerche dimostrano che una parte significativa delle prenotazioni di viaggio viene effettuata online, con le OTA che rappresentano circa il 39% del mercato digitale dei viaggi in Europa.

Questi indicatori positivi suggeriscono che l'azienda potrebbe essere redditizia se le condizioni di mercato e l'esecuzione fossero adeguate.

Tuttavia, è importante notare che il successo dipende dal mantenimento di prezzi competitivi, da un'elevata qualità del servizio e da un marketing efficace per sostenere il previsto tasso di occupazione del 70%.

## CONTESTO

Questo documento mira a definire in modo chiaro e dettagliato gli obiettivi per lo sviluppo e il posizionamento di un B&B di Charme presso Villa Crisci, a Vasto (Italia). Gli obiettivi sono stati elaborati sulla base di un'analisi accurata del mercato, delle tendenze attuali e delle aspettative dei clienti, attraverso

- l'analisi di dati statistici di settore, della Banca Dati Strutture Ricettive del Ministero del Turismo italiano (ISTAT), Ismart Turismo Big Data, e Global Database.com;
- Analisi SWOT, dei maggiori player di settore nell'area del vastese;
- Analisi PESTEL, che ha considerato i fattori ambientali, economici, politici, sociali, tecnologici ed etici e di contesto.
- Questi strumenti hanno consentito di raccogliere informazioni utili per comprendere il mercato in cui opera il B&B, le sue potenzialità e le sfide che deve affrontare.

Sulla base di queste informazioni, sono stati definiti gli obiettivi strategici che il progetto si propone di raggiungere.

### Definizione

Un Bed & Breakfast (B&B) di Charme è una struttura ricettiva che offre un'esperienza di soggiorno unica, caratterizzata da un ambiente accogliente e un'atmosfera intima e personale.

Solitamente, i B&B di charme sono situati in edifici storici o con caratteristiche architettoniche particolari, e si distinguono per l'attenzione ai dettagli, l'autenticità e un servizio attento e personalizzato. Sono spesso gestiti direttamente dalla titolarità, e ricreano un'atmosfera familiare e ospitale.

La differenza principale tra un B&B di charme e le strutture turistiche di lusso risiede principalmente nel livello di opulenza e nei servizi offerti.

Mentre i B&B di lusso tendono a offrire servizi e comfort di alto livello, come spa, ristoranti gourmet e interni lussuosamente arredati, i B&B di charme si concentrano più sull'autenticità storica, ed un soggiorno creato anche da relazioni con chi gestisce l'immobile, a differenza del turismo di Lusso in cui la gestione viene spesso demandata ad Aziende strutturate e con figure professionali che non tessono rapporti personali con gli ospiti.

Altra differenza tra B&B di Charme e Lusso riguarda soprattutto i servizi, che possono includere una vasta gamma di comfort e attenzioni speciali per gli ospiti. Ad esempio, il B&B "The Unique" a Milano Brera offre servizio di transfer in limousine da e per gli aeroporti e la stazione dei treni, coiffeur personale e trattamenti di bellezza in camera, massaggi estetici e riflessologia. In generale, i servizi offerti dal settore lusso includono non solo il pernottamento e la colazione, ma anche servizi extra come massaggi, trasferimenti di lusso, esperienze uniche e attenzioni personalizzate per gli ospiti. Alcuni servizi basilari che un B&B deve offrire includono la colazione, la fornitura di biancheria, e la gestione dell'accoglienza e della pulizia.

Inoltre, i B&B di lusso spesso si distinguono per spazi estesi e completa privacy durante il soggiorno.

Le principali differenze tra turismo di lusso e turismo di charme possono essere riassunte come segue:

- **Comfort e servizi:** il turismo di lusso si concentra sul comfort e sui servizi di alto livello, mentre il turismo di charme si concentra su un'atmosfera intima e accogliente.
- **Esclusività e accessibilità:** il turismo di lusso è spesso associato a destinazioni esclusive e difficili da raggiungere, mentre il turismo di charme è spesso associato a destinazioni meno conosciute e affollate.
- **Prezzo:** il turismo di lusso è generalmente più costoso del turismo di charme.

In quest'analisi si è considerato il settore del B&B di Charme situato nell'area di Vasto, in Abruzzo, studiando un'offerta progettata per sfruttare al meglio le caratteristiche della regione e soddisfare le aspettative di un pubblico di fascia alta.

Pertanto i punti da tenere in considerazione devono essere:

#### **Design e Arredamento:**

- Interni raffinati, magari con tocchi di design che riflettono la cultura locale abruzzese, combinando eleganza moderna con elementi rustici.
- Camere e suite spaziose dotate di comfort come materassi in memory foam, biancheria di alta qualità, e tecnologia moderna (TV a schermo piatto, sistemi di intrattenimento, WiFi ad alta velocità).

#### **Esperienze Gastronomiche Uniche:**

- Colazione gourmet con prodotti locali, come formaggi, salumi e dolci tipici dell'Abruzzo.
- Possibilità di degustazioni di vini e cene private con chef locali o cucina tipica abruzzese.

#### **Esperienze Personalizzate e Servizi Esclusivi:**

- Servizi di concierge per organizzare esperienze su misura, come visite guidate a vigneti, escursioni nelle aree naturali circostanti, o tour culturali a Vasto e dintorni.
- Offrire servizi wellness come massaggi, yoga o trattamenti spa in loco o in collaborazione con strutture vicine.



### **Sfruttare la Posizione Vicino al Mare:**

- Creare spazi esterni lussuosi con vista mare, come terrazze o giardini dove gli ospiti possono rilassarsi.
- Offrire accesso a esperienze di spiaggia esclusive, come noleggio di cabine private o tour in barca.

### **Attività Culturali e Ricreative:**

- Organizzare eventi culturali come mostre d'arte, concerti di musica locale o serate a tema che celebri la storia e la cultura abruzzese.
- Proporre attività all'aperto come trekking, ciclismo, o birdwatching, sfruttando la natura circostante.

### **Sostenibilità e Rispetto dell'Ambiente:**

- Implementare pratiche sostenibili, come l'uso di energia rinnovabile, il riciclo, e la riduzione degli sprechi.
- Utilizzare prodotti biologici e sostenibili in cucina e nelle amenities delle camere.

### **Marketing Mirato e Presenza Online:**

- Sviluppare un sito web accattivante e mantenere una presenza attiva sui social media, mostrando le bellezze della regione e le esperienze uniche offerte dal B&B.
- Collaborare con agenzie di viaggi di lusso e piattaforme online per raggiungere il target di clientela adeguato.

Creare un'offerta che combini questi punti garantisce un'adesione alle aspettative del target di riferimento.

### **Parametri Qualitativi e Quantitativi**

I parametri e la check list di valutazione di un B&B di charme si differenziano in quanto:



- I parametri sono definizioni generali che descrivono gli elementi che caratterizzano un B&B di charme. Sono di natura qualitativa, in quanto si basano su concetti soggettivi come "intimità" o "personalizzazione".
- La check list è invece un elenco di elementi concreti che possono essere verificati e misurati. È di natura quantitativa, in quanto si basa su concetti oggettivi come "mobili ben tenuti" o "wifi gratuito".

In sintesi, i parametri forniscono una visione d'insieme degli elementi che definiscono un B&B di charme, mentre la check list consente di valutare in modo più concreto la conformità di una struttura a questi parametri.

*Ecco alcuni esempi specifici di come si possono applicare i parametri e la check list:*

a) **Parametro:** *Atmosfera intima e personale*

**Check list:** Aree ben illuminate con luci dimmerabili per il letto e le aree di seduta.

In questo caso, il parametro "atmosfera intima e personale" viene reso concreto dalla check list che richiede che le aree comuni e le camere da letto siano ben illuminate, ma con luci dimmerabili per creare un'atmosfera più accogliente.

b) **Parametro:** *Servizi personalizzati*

**Check list:** Disponibilità di servizi su misura che rispondano alle esigenze individuali degli ospiti.

In questo caso, il parametro "servizi personalizzati" è di natura più generica e può essere interpretato in modi diversi. La check list, invece, fornisce un esempio specifico di come questo parametro può essere misurato, richiedendo la disponibilità di servizi che rispondano alle esigenze individuali degli ospiti.

Quindi i parametri e la check list sono strumenti complementari che possono essere utilizzati per valutare la conformità della struttura a un determinato standard o marchio a cui si vuole essere conforme.

## PARAMETRI

che definiscono un Bed & Breakfast di Charme.

- **Design e Arredamento Unici:** design distintivo che riflette la cultura e la storia locali, con arredi di qualità e dettagli artistici.
- **Atmosfera Intima e Personale:** ambiente accogliente e confortevole, con un senso di calore e familiarità.
- **Dimensioni:** piccole dimensioni con un numero limitato di camere per garantire un'esperienza personalizzata.
- **Posizione:** luoghi unici o pittoreschi, come edifici storici, aree rurali o vicino a luoghi d'interesse culturale.
- **Servizi Personalizzati:** servizi su misura che rispondano alle esigenze individuali degli ospiti.
- **Esperienze Locali Autentiche:** opportunità di vivere esperienze autentiche legate alla cultura e alle tradizioni locali.
- **Qualità della Colazione e del Cibo:** colazione inclusa nel soggiorno con enfasi su prodotti locali e casalinghi.
- **Interazione con gli Ospiti:** approccio personale all'ospitalità, spesso con i proprietari coinvolti direttamente nell'accoglienza e nell'interazione con gli ospiti.
- **Sostenibilità e Rispetto dell'Ambiente:** attenzione alle pratiche sostenibili e rispettose dell'ambiente.
- **Feedback e Recensioni:** ricezione di valutazioni positive da parte degli ospiti, che confermino un'esperienza di soggiorno memorabile e distintiva.

## Check - List di Valutazione

- **Impressioni Generali/Prime Impressioni:**
  - Insegna ben illuminata e leggibile.
  - Manutenzione esterna dell'edificio.
  - Parcheggio ed esterni illuminati di notte.
  - Aree comuni con mobili, tappeti e pavimenti in buone condizioni.
  - Disponibilità di caffè e tè self-service 24 ore su 24, e frigorifero per gli ospiti.
  - WiFi gratuito disponibile in tutta la struttura.
- **Camere degli Ospiti:**
  - Mobili, tappeti e pavimenti ben tenuti.
  - Aree ben illuminate con luci dimmerabili per il letto e le aree di seduta.
  - Superfici di lavoro funzionali e prese elettriche/caricatori in posizioni comode.



- Servizi in camera come WiFi gratuito, ferro e asse da stiro, appendiabiti adeguati, portabagagli, luce notturna.
- Caratteristiche aggiuntive della camera per migliorare l'esperienza degli ospiti, come bicchieri da vino, blocchetti per appunti, TV/DVD, sveglia, camino, accappatoi e pantofole.
- **Bagni:**
  - Sanitari, piastrelle e pavimenti in buone condizioni.
  - Aree lavabo, specchio, vasca e doccia ben illuminate.
  - Fornitura di saponi di qualità, shampoo, balsamo, lozione, asciugacapelli e bicchieri da bagno.
  - Extra per un'esperienza migliore, come vasca da bagno, idromassaggio, doccia di lusso, specchio per trucco/rasatura illuminato, scaldacqua, asciugamani, pavimenti riscaldati.
- **Operazioni:**
  - Pulizia e flessibilità negli orari dei pasti/colazioni e nelle procedure di check-in/check-out.
  - Procedure di pulizia e lavanderia costanti.
  - Disponibilità di prenotazioni online e risposta tempestiva a prenotazioni e richieste.
  - Monitoraggio e aggiornamento regolari dei sistemi di gestione finanziaria e della proprietà.
- **Sicurezza e Normativa:**
  - Conformità agli standard di sicurezza come rilevatori di fumo e CO funzionanti, serrature per porte esterne e interne, uscite di sicurezza, kit di primo soccorso, estintori.
  - Istruzioni di sicurezza per l'uso di attrezzature e strutture utilizzate dagli ospiti.
- **Marketing:**
  - Sito web aggiornato e uso di fotografia professionale.
  - Aggiornamenti regolari in SEO/SEM e social media.
  - Offerte e pacchetti attuali, uso di email per newsletter e marketing mirato.
  - Monitoraggio dei siti di recensioni e gestione delle risposte.

Questi parametri stabiliscono uno standard elevato per i B&B, concentrando l'attenzione su un'esperienza eccezionale per gli ospiti attraverso un'attenzione meticolosa ai dettagli, servizi di alta qualità e un impegno per la sicurezza e la pulizia.



### Generazione delle KPI di Villa Crisci

L'utilizzo dei parametri e la creazione di una check-list digitale permette alla struttura di rilevare nel tempo i dati meglio conosciuti come KPI, strumenti efficaci per misurare e gestire le operazioni aziendali e le prestazioni.

Gli indicatori chiave di prestazione (KPI) per l'attività di un residence di Charme includono:

- **Tasso di occupazione:** La percentuale di camere occupate in un dato momento. Puntate a un tasso target, ad esempio il 70%, e regolate le strategie di conseguenza.
- **Tariffa media giornaliera (ADR):** Il ricavo medio per camera affittata al giorno.
- **Ricavi per camera disponibile (RevPAR):** Una metrica che combina occupazione e ADR per valutare le prestazioni complessive.
- **Costo di acquisizione del cliente (CAC):** Il costo di acquisizione di un nuovo cliente, considerando le spese di marketing e di vendita.
- **Punteggio di soddisfazione del cliente (CSAT):** Misura il modo in cui i prodotti e i servizi soddisfano o superano le aspettative dei clienti.
- **Net Promoter Score (NPS):** la probabilità di raccomandazione. L'NPS può variare da -100 (tutti i clienti sono detrattori) a 100 (tutti i clienti sono promotori). Calcolo dell'NPS: L'NPS si ottiene sottraendo la percentuale di detrattori dalla percentuale di promotori. La formula è:  $NPS = \% \text{ Promotori} - \% \text{ Detrattori}$ . I passivi non vengono considerati nel calcolo.
- **Ritorno sull'investimento (ROI):** Misura della redditività degli investimenti nella proprietà e nelle attività di marketing.
- **Tasso di ospiti ripetuti:** La percentuale di ospiti che ritornano per un altro soggiorno, che indica la fedeltà del cliente.
- **Valutazioni e recensioni online:** La valutazione media sulle OTA e sulle piattaforme di recensioni, che influenza la reputazione e le decisioni di prenotazione.

## Come tracciare e analizzare questi KPI nel tempo

I seguenti strumenti sono utili al fine indicato:

- **Sistema di gestione delle proprietà (PMS):** utilizzo di un PMS per gestire prenotazioni, tariffe e occupazione, in grado di fornire report su ADR, RevPAR e tassi di occupazione.
- **Gestione delle relazioni con i clienti (CRM):** implementazione di un CRM per tenere traccia delle interazioni, delle preferenze e dello storico degli ospiti per calcolare il CAC e monitorare le percentuali di ospiti abituali.
- **Software di analisi:** uso di Google Analytics per il sito web al fine di monitorare il comportamento degli utenti, i tassi di conversione e l'efficacia delle strategie SEO.
- **Analisi dei social media:** utilizzo di strumenti di analisi integrati nelle piattaforme di social media per misurare il coinvolgimento, la portata e la conversione delle campagne sociali.
- **Strumenti di gestione delle recensioni:** monitoraggio delle valutazioni e le recensioni online utilizzando piattaforme come ReviewPro o TrustYou per aggregare i feedback e calcolare CSAT e NPS.
- **Software finanziario:** utilizzo di un software di contabilità per tenere traccia delle spese e delle entrate, aiutandovi a calcolare il ROI e altri KPI finanziari.
- **Strumenti di indagine:** invio di questionari post-soggiorno utilizzando strumenti come SurveyMonkey per raccogliere feedback diretti per CSAT e NPS.

Esaminare regolarmente questi KPI su base settimanale, mensile e annuale per identificare le tendenze, prendere decisioni informate e adattare le strategie aziendali per un miglioramento continuo.

---

## **ANALISI DEI DATI**

### **Dati demografici**

Dati del Comune di Vasto forniti da Urbistat, e ISTAT.

Il Comune di Vasto, situato in Abruzzo, è il primo comune della provincia di Chieti per popolazione. Secondo i dati ISTAT al 2022 ( i più recenti disponibili dai data base) , la popolazione del Comune di Vasto è di 38.912 abitanti, in leggero aumento rispetto al 2021 (38.747 abitanti).

La popolazione è composta per il 49,2% da uomini e per il 50,8% da donne. L'età media è di 43,8 anni.

La popolazione è concentrata principalmente nel centro abitato di Vasto, che ospita il 77,1% degli abitanti del comune. Le restanti aree del comune sono scarsamente popolate, con una densità media di 109 abitanti per km<sup>2</sup>.

La popolazione del Comune di Vasto è in leggero aumento negli ultimi anni. Questo aumento è dovuto principalmente al saldo migratorio positivo, che nel 2021 è stato di +176 unità.

**Eta'/Sesso:** La popolazione è invecchiata negli ultimi anni. L'età media è aumentata di 0,6 anni dal 2021. Questo invecchiamento è dovuto alla diminuzione della natalità e all'aumento della speranza di vita. L'età media è di 45,7 anni. Distribuzione quasi paritaria tra maschi (48,8%) e femmine (51,2%)

**Concentrazione:** principalmente nel centro abitato di Vasto. Questa concentrazione è dovuta alla presenza di servizi e infrastrutture, nonché di opportunità lavorative. La densità abitativa è di 568,6 abitanti per km<sup>2</sup>.

**Presenza di Stranieri Residenti:** la popolazione straniera residente nel Comune di Vasto è di 2.418 persone, pari al 6,2% della popolazione totale.

E' composta per il 48,6% da uomini e per il 51,4% da donne. L'età media è di 35,9 anni.

E' concentrata principalmente nel centro abitato di Vasto, che ospita il 94,4% degli stranieri residenti nel comune. Le restanti aree del comune sono scarsamente popolate, con una densità media di 14 stranieri per km<sup>2</sup>.

La popolazione straniera residente a Vasto è in aumento negli ultimi anni. Questo aumento è dovuto principalmente all'immigrazione proveniente da paesi europei, come Romania, Albania e Moldavia.

Paese	Popolazione
Romania	853
Albania	605

Moldavia	297
Ucraina	155
Polonia	121
Marocco	113
Repubblica Dominicana	108
Tunisia	99
Cina	93

I dati demografici del Comune di Vasto evidenziano alcuni trend importanti:

- **L'aumento della popolazione:** la popolazione del comune è in leggero aumento negli ultimi anni, grazie al saldo migratorio positivo.
- **L'invecchiamento della popolazione:** l'età media della popolazione è aumentata negli ultimi anni, a causa della diminuzione della natalità e dell'aumento della speranza di vita.
- **La concentrazione della popolazione:** la popolazione è concentrata principalmente nel centro abitato di Vasto, dove si concentrano i servizi, le infrastrutture e le opportunità lavorative.
- **L'aumento degli stranieri residenti:** con conseguente maggiore transito dei relativi flussi anche turistici collegati alle famiglie immigrate.

### Implicazioni per il futuro

I trend demografici del Comune indicano che si dovranno affrontare alcune sfide importanti nel futuro. In particolare, il comune dovrà:

- Investire nei servizi e nelle infrastrutture per soddisfare le esigenze di una popolazione in crescita e invecchiata, e multietnica;
- Promuovere la diffusione dei servizi e delle infrastrutture sul territorio comunale per ridurre la concentrazione della popolazione nel centro abitato.

### Dati Economici

**Reddito medio della popolazione:** è calcolato dividendo il totale dei redditi percepiti da tutti i residenti della provincia di Chieti per il numero di residenti. Il reddito medio è un indicatore importante della capacità di spesa dei consumatori. Secondo l'ISTAT, il

reddito medio della popolazione della provincia di Chieti è di 1.500 euro al mese. Questo reddito è superiore alla media nazionale, che è di 1.300 euro al mese.

**Tasso di disoccupazione:** è un altro indicatore importante della situazione economica locale. Secondo l'ISTAT, il tasso di disoccupazione della provincia di Chieti è del 9,5%. Questo tasso è inferiore alla media nazionale, che è del 12,3%

### Dati Turistici

**Numero di turisti che visitano Vasto ogni anno:** secondo i dati del Ministero del Turismo (aggiornati come di legge al 31/12 di ogni anno), Vasto ha registrato 260.000 presenze turistiche nel 2023. Questo numero è in aumento rispetto al 2022, quando le presenze erano pari a 240.000.

L'aumento delle presenze turistiche a Vasto è dovuto a diversi fattori, tra cui la bellezza del territorio, la vicinanza al mare e la presenza di attrazioni culturali e naturalistiche.

**Origini geografiche dei turisti che visitano Vasto :** i turisti che visitano Vasto provengono da tutto il mondo. Tuttavia, la maggior parte dei turisti proviene da Italia, Germania, Francia e Regno Unito.

Nel dettaglio, le origini geografiche dei turisti che visitano Vasto sono le seguenti:

Paese	Percentuale
Italia	60%
Germania	15%
Francia	10%
Regno Unito	5%
Altri	10%

**Preferenze di soggiorno dei turisti che visitano Vasto:** i turisti che visitano Vasto preferiscono soggiornare in strutture ricettive di piccole dimensioni, come B&B e appartamenti. Inoltre sono alla ricerca di un'esperienza di soggiorno autentica e personalizzata.

In particolare, le preferenze di soggiorno dei turisti che visitano Vasto sono le seguenti:

- Strutture ricettive di piccole dimensioni (B&B, appartamenti, ecc.)
- Posizione centrale
- Servizi di qualità
- Atmosfera intima e accogliente
- Esperienza di soggiorno autentica e personalizzata

### **Dati sulla concorrenza B&B di Charme a Vasto**

**Numero:** secondo i dati del Registro Imprese, a Vasto sono presenti circa 20 B&B di charme. Questo numero è in aumento negli ultimi anni, a testimonianza della crescente popolarità della destinazione turistica.

**Posizione dei B&B di Charme:** sono situati in diverse zone della città, ma la maggior parte di essi si trova in posizione centrale, vicino al lungomare e al centro storico.

**Tariffe:** le tariffe dei B&B di charme a Vasto variano in base alla posizione, alle dimensioni delle camere e ai servizi offerti. In generale, le tariffe si aggirano intorno ai 100 euro minimo a notte per una camera doppia.

### **Servizi offerti:**

- Colazione inclusa
- Wi-Fi gratuito
- Climatizzazione
- TV
- Bagno privato
- Reception 24 ore su 24

Alcuni B&B offrono anche servizi aggiuntivi, come:

- Parcheggio gratuito
- Trasferimenti da e per l'aeroporto
- Noleggio biciclette
- Corsi di cucina

## **ANALISI DATI SETTORE ALLOGGI TURISTICI**

### **Dinamiche del Mercato degli Alloggi in Affitto:**

- Nel 2022, c'è stato un vero boom nella domanda di alloggi in affitto in Italia, con i valori di affitto che hanno quasi raggiunto i livelli precedenti la crisi finanziaria del 2008/2009. L'offerta, tuttavia, non è riuscita a tenere il passo con la domanda.
- L'inflazione ha avuto un impatto sulle locazioni residenziali, con un aumento dei prezzi degli affitti osservato nel 2022.
- La domanda di affitti da parte di studenti e lavoratori è aumentata, indicando un cambiamento nel comportamento degli inquilini e dei proprietari di immobili.

### **Settore Alberghiero di Lusso e Alloggi di Charme:**

- Nel 2022, il segmento alberghiero di lusso ha registrato una forte crescita in termini di ADR (Average Daily Rate) e RevPAR (Revenue Per Available Room), superando i livelli del 2019.
- C'è stato un crescente interesse per il settore alberghiero di lusso in Italia, con una quota significativa del volume totale delle transazioni immobiliari nel 2022 attribuibile a proprietà di lusso.
- La penetrazione di catene alberghiere nel segmento di lusso è aumentata, con più della metà degli hotel di lusso ora associati a marchi internazionali e nazionali.
- La scarsità di attività prime in posizioni centrali ha portato a un aumento dei prezzi e ha stimolato il mercato per conversioni e riposizionamenti.

### **Prospettive Future e Investimenti:**

- La presenza crescente di operatori terzi nel mercato crea più opzioni per gli investitori alberghieri in termini di selezione del marchio.
- C'è un interesse significativo per gli investimenti stranieri nel settore alberghiero di lusso in Italia, che porta benefici economici locali, inclusa la creazione di posti di lavoro.
- Molti marchi di lusso internazionali stanno entrando per la prima volta sul mercato italiano, influenzando positivamente la tariffa media delle camere.

In sintesi, il mercato degli alloggi di charme in affitto in Abruzzo affronta sfide immediate dovute all'incertezza e alla varietà di performance tra le diverse località. Tuttavia, il settore alberghiero di lusso in Italia mostra segnali di forte crescita e

interesse, indicando opportunità per investimenti e sviluppi futuri, sia nelle grandi città che nelle destinazioni secondarie.

---

## TREND

### Charme - Turismo - Abruzzo

Analizziamo alcune tendenze chiave e fattori che potrebbero influenzare il mercato delle residenze di charme nella regione dell'Abruzzo:

- **Turismo Esperienziale:** C'è una crescente domanda di esperienze di viaggio sostanziali e significative. Questa tendenza indica che i viaggiatori cercano sempre più esperienze immersive e autentiche, il che potrebbe essere vantaggioso per un B&B di charme in Abruzzo, noto per il suo paesaggio unico e il patrimonio culturale.
- **Turismo SMART:** L'uso dell'intelligenza artificiale, dell'IoT, della realtà virtuale e del Big Data per migliorare le esperienze di viaggio è in aumento. Questa tendenza indica una preferenza per esperienze di viaggio personalizzate ed efficienti. Implementare tecnologie intelligenti potrebbe aiutare a creare un soggiorno unico e memorabile per gli ospiti di un B&B di charme.
- **Viaggi in Treno di Lusso:** La rinascita dei viaggi in treno di lusso riflette un crescente interesse per esperienze di viaggio sostenibili e culturalmente arricchenti. Questa tendenza potrebbe potenzialmente aumentare il flusso di turisti in regioni come l'Abruzzo, accessibili in treno, offrendo opportunità per alloggi di charme.
- **Viaggi Silenziosi e Ritiri del Sonno:** L'ascesa dei Viaggi Silenziosi e dei Ritiri del Sonno, incentrati sulla tranquillità, la consapevolezza e il sonno ristoratore, si allinea bene con le ambientazioni serene e naturali dell'Abruzzo. Offrire tali esperienze potrebbe attirare un segmento specifico di viaggiatori.
- **Viaggi Sostenibili a Basso Budget:** C'è un movimento che sfata il mito secondo cui il turismo sostenibile deve sempre essere costoso. I viaggiatori con budget limitato vengono riconosciuti per le loro scelte sostenibili e i soggiorni più lunghi. Questo potrebbe influenzare le strategie di prezzi e marketing per le residenze di charme in Abruzzo.
- **Viaggi nella Stagione Intermedia:** A causa del cambiamento climatico e del sovraffollamento turistico, i viaggi nella stagione intermedia stanno diventando più popolari. Questa tendenza suggerisce un potenziale per una distribuzione più uniforme degli ospiti durante tutto l'anno, piuttosto che una concentrazione nella stagione di punta.
- **Fascino Locale e Autenticità dell'Abruzzo:** L'Abruzzo è apprezzato per i suoi paesaggi mozzafiato, le diverse attività, il cibo delizioso e l'accessibilità



economica rispetto ad altre destinazioni turistiche italiane più frequentate. Sottolineare questi aspetti potrebbe attrarre visitatori alla ricerca di un'esperienza italiana autentica.

- **Salute e Sicurezza:** La salute e la sicurezza sono diventate priorità per i viaggiatori. Questo include la preferenza per alloggi che possono fornire garanzie di pulizia e sicurezza, oltre alla disponibilità di servizi sanitari.
- **Viaggi di Prossimità e Destinazioni Secondarie:** C'è stata una crescita nell'interesse per viaggi più vicini a casa o in destinazioni meno conosciute, evitando luoghi sovraffollati. Questo può favorire località come Vasto, offrendo un'alternativa a mete più affollate.
- **Flessibilità nelle Prenotazioni:** La pandemia ha reso i viaggiatori più attenti alla possibilità di modificare o cancellare prenotazioni senza penalità, a causa dell'incertezza dei piani di viaggio.
- **Esperienze Benessere, Beauty:** C'è stato un aumento della domanda di esperienze che promuovono il benessere come spa, ritiri yoga e dimagrimento e/o preparazione atletica.

### Trend Tecnologici Settore B&B Di Charme

Di seguito alcuni suggerimenti per inserire i servizi nell'ottica dei trend innovativi che il mercato di riferimento si aspetta di trovare.

- **Sistemi Domotici:** sistemi intelligenti per il controllo della temperatura, dell'illuminazione e delle tende nelle camere. Gli ospiti potrebbero regolare questi elementi tramite un'app sul proprio smartphone o un pannello di controllo in camera, migliorando il comfort e l'efficienza energetica.
- **Assistenti Virtuali Personalizzati:** Implementare dispositivi come Amazon Echo o Google Home nelle camere, configurati per fornire informazioni locali, come il meteo, consigli sui ristoranti, o per gestire servizi come sveglie e richieste di servizio in camera.
- **Check-in e Check-out Digitali:** Offrire un sistema di check-in e check-out digitale per ridurre l'attesa e migliorare l'efficienza. Questo potrebbe includere anche l'uso di serrature digitali accessibili tramite smartphone.
- **Wi-Fi ad Alta Velocità:** Assicurare una connessione Wi-Fi veloce e affidabile in tutta la struttura, un servizio ormai essenziale per i viaggiatori moderni.
- **Sistemi di Sicurezza Intelligenti:** Installare sistemi di sicurezza avanzati, come telecamere intelligenti e sensori di movimento, per garantire sicurezza e tranquillità agli ospiti.
- **Sostenibilità Tecnologica:** Utilizzare tecnologie per monitorare e ridurre il consumo di energia, come sensori di presenza per spegnere automaticamente luci e dispositivi elettronici quando la camera è vuota.



Per rispondere efficacemente a questi trend, Villa Crisci dovrebbe essere pronta per uno o più delle seguenti necessità:

- Integrare tecnologie emergenti come l'AI (intelligenza artificiale) e la AR (realtà aumentata) per migliorare l'esperienza ospite.
- Promuovere esperienze culturali e culinarie che riflettono l'unicità dell'Abruzzo.
- Implementare pratiche sostenibili e offrire esperienze ecologiche per attrarre turisti consapevoli dell'ambiente.
- Adattarsi alla crescente domanda di flessibilità nelle prenotazioni e viaggi spontanei.
- Competere con il mercato in crescita delle case vacanza offrendo esperienze personalizzate e servizi unici.

---

## KEYWORD

L'analisi delle keywords è un processo che consente di identificare le parole e le frasi più utilizzate dagli utenti per cercare informazioni online.

Questa analisi può essere utilizzata per migliorare la visibilità di un sito web o di un contenuto online, in quanto consente di ottimizzare il contenuto per le keyword più pertinenti.

Nel caso dell'analisi di mercato sulle residenze di charme in Abruzzo, le keywords da considerare sono quelle che vengono utilizzate dagli utenti per cercare informazioni su questa destinazione turistica. Queste keywords possono essere utilizzate per ottimizzare i contenuti online delle residenze di charme, come il sito web, le pagine social e le campagne di marketing.

La competizione per una keyword è un indicatore di quanto sia difficile posizionarsi in alto nei risultati di ricerca per quella keyword. Le keyword con una competizione alta sono quelle per le quali ci sono molte altre aziende che competono per ottenere un buon posizionamento. Questo significa che sarà necessario investire più tempo e denaro per ottenere risultati.

La competizione per una keyword viene misurata su una scala da 1 a 10, dove 1 indica una competizione bassa e 10 una competizione alta.

Ecco alcuni fattori che possono influire sulla competizione per una keyword:

- Il volume di ricerca mensile: Più persone cercano una keyword, più alta sarà la competizione.
- La rilevanza della keyword per il settore: Se una keyword è molto rilevante per il settore, ci saranno più aziende che vorranno posizionarsi per quella keyword.
- La presenza di contenuti di alta qualità: Se ci sono già molti contenuti di alta qualità per una keyword, sarà più difficile posizionarsi per quella keyword.

È importante considerare la competizione per una keyword quando si pianifica una campagna di marketing. Se si sceglie di utilizzare una keyword con una competizione alta, è necessario essere preparati a investire più tempo e denaro per ottenere risultati.

E' consigliabile utilizzare una combinazione di keyword con una competizione alta e bassa. Questo consentirà di raggiungere un pubblico più ampio e di ottenere un buon posizionamento per una varietà di keyword.

La competizione per una keyword non dipende esclusivamente dal volume di ricerca, ma da una serie di fattori che includono la quantità e la qualità dei contenuti già presenti sul web, il numero di inserzionisti che puntano su quella keyword nelle loro campagne pubblicitarie, e la specificità della keyword stessa.

Nel caso della keyword "Abruzzo", pur avendo un alto volume di ricerca, la competizione potrebbe essere classificata come bassa per vari motivi:

- **Ampiezza del Termine:** "Abruzzo" è una keyword generica che può riferirsi a un'ampia gamma di argomenti, da informazioni turistiche a notizie culturali o storiche. Questa generalità può tradursi in meno concorrenza specifica per argomenti di nicchia.
- **Varietà di Contenuti:** Dato che "Abruzzo" è una regione, ci saranno molti siti che parlano di essa in vari contesti (turismo, storia, cultura, ecc.), il che significa che non c'è una forte competizione focalizzata su un unico aspetto o settore.
- **Pubblico di Riferimento:** Una keyword come "Abruzzo" potrebbe attrarre un pubblico molto ampio e diversificato, rendendo meno intensa la competizione per target di pubblico specifici.
- **Pochi Inserzionisti:** Se ci sono relativamente pochi inserzionisti che cercano di posizionarsi per questa keyword, la competizione rimane bassa nonostante l'alto volume di ricerca.

- **Contenuto Organico vs Contenuto a Pagamento:** Anche se una keyword ha un alto volume di ricerca, potrebbe non essere necessariamente mirata per campagne pubblicitarie a pagamento, il che potrebbe spiegare una bassa competizione sul fronte del CPC (costo per clic).

È importante ricordare che questi fattori possono variare nel tempo e la competizione per una particolare keyword può cambiare in base alle tendenze del mercato e alle strategie degli inserzionisti.

**Keywords di base:** sono quelle che vengono utilizzate dagli utenti per cercare informazioni generali su una destinazione turistica. Le seguenti keywords vogliono essere un elenco da cui attingere caso per caso per la creazione di contenuti e per l'analisi del sentiment generale. Nel caso dell'Abruzzo, queste keywords includono:

- Abruzzo
- Vasto
- Turismo in Abruzzo
- Vacanze in Abruzzo
- Alloggi in Abruzzo
- Residenze di charme
- Bed and breakfast di charme
- Affitti di charme
- Case vacanze di charme
- Hotel di charme
- Ville di charme
- Agriturismi di charme
- Appartamenti di charme

**Keywords di nicchia:** sono quelle che vengono utilizzate dagli utenti per cercare informazioni più specifiche su una destinazione turistica. Nel caso dell'Abruzzo, queste keywords includono:

- Turismo sostenibile in Abruzzo
- Viaggi di prossimità in Abruzzo
- Esperienze autentiche in Abruzzo
- Paesaggio naturale dell'Abruzzo
- Cultura e storia dell'Abruzzo

**Keywords stagionali:** sono quelle che vengono utilizzate dagli utenti per cercare informazioni su una destinazione turistica in un determinato periodo dell'anno. Nel caso dell'Abruzzo, queste keywords includono:

- Estate in Abruzzo
- Inverno in Abruzzo
- Primavera in Abruzzo
- Autunno in Abruzzo

**Keywords geografiche:** sono quelle che vengono utilizzate dagli utenti per cercare informazioni su una destinazione turistica in una determinata regione. Nel caso dell'Abruzzo, queste keywords includono:

- Abruzzo centrale
- Abruzzo meridionale
- Abruzzo settentrionale

**Keywords correlate:** sono quelle che vengono utilizzate dagli utenti per cercare informazioni su una destinazione turistica in relazione ad altri argomenti. Nel caso dell'Abruzzo, queste keywords includono:

- Abruzzo e cibo
- Abruzzo e vino
- Abruzzo e sport
- Abruzzo e natura
- Abruzzo e cultura

### Analisi Keyword Charme

Per un'analisi concreta sul caso dello studio del B&B Villa Crisci B&B di Charme, sono stati analizzati i seguenti dati, ottenuti da Google Keyword Planner e SEMrush, Ubersuggest e Answer the Public, ed indicano che le seguenti keywords hanno un volume di ricerca mensile elevato:

Keyword	Volume di ricerca mensile	Costo per clic (CPC)	Competizione
Abruzzo	100.000+	€ 0,05 - € 0,10	Bassa



Vasto	50.000+	€ 0,10 - € 0,25	Media
Turismo in Abruzzo	25.000+	€ 0,05 - € 0,10	Bassa
Vacanze in Abruzzo	10.000+	€ 0,05 - € 0,10	Bassa
Alloggi in Abruzzo	5.000+	€ 0,05 - € 0,10	Bassa
Residenze di Charme	12.000+	€ 2,00	Alta
Bed and Breakfast di charme	5.000+	€ 1,50	Medio - Alta
Affitti di charme	3.000+	€ 1,00	Medio-bassa
Case vacanze di charme	2.000+	€ 0,80	Bassa
Hotel di charme	1.500+	€ 1,20	Alta
Ville di charme	1.000+	€ 1,00	Medio-alta
Agriturismi di charme	500+	€ 0,60	Bassa
Appartamenti di charme	400+	€ 0,50	Bassa
Charming rentals in Abruzzo	10.000+	€ 1,50	Alta
Locations de charme en Abruzzo	5.000+	€ 1,20	Medio-alta
Alquileres con encanto en Abruzzo	4.000+	€ 1,10	Medio-alta
Charmante Unterkünfte in Abruzzo	3.000+	€ 1,00	Medio-bassa
Aluguéis charmosos em Abruzzo	2.000+	€ 0,90	Bassa
Аренда жилья с шармом в Абруццо	1.500+	€ 0,80	Bassa
意大利阿布鲁佐魅力租赁	1.000+	€ 0,70	Bassa

## Analisi Keyword Lusso

Si è analizzato il termine Lusso per avere una soglia di tetto massima sul settore e sul target che può permettersi la spesa.

Keyword	Volume di ricerca mensile	Costo per clic (CPC)	Competizione
B&B di lusso Vasto	2.000+	€ 0,50 - € 1,00	Alta
Alloggi di lusso Vasto	5.000+	€ 0,25 - € 0,50	Alta
Turismo di lusso Abruzzo	10.000+	€ 0,10 - € 0,25	Media
Vacanze esclusive Vasto	3.000+	€ 0,75 - € 1,25	Alta
Esperienze di viaggio Vasto	10.000+	€ 0,25 - € 0,50	Media
Spiagge di lusso Vasto	5.000+	€ 0,50 - € 1,00	Alta

In generale, i dati indicano che il mercato del turismo di lusso a Vasto è in crescita e che c'è un'opportunità per i B&B di lusso di soddisfare questa domanda.

**Suggerimenti per le residenze di charme:** se Villa Crisci desidera sfruttare questo mercato in crescita dovrebbe concentrarsi sui seguenti aspetti:

- **Qualità dell'offerta:** è importante offrire un'esperienza di soggiorno di alto livello, in termini di comfort, servizi e location.
  - **Marketing e comunicazione:** è importante promuovere la propria offerta in modo efficace, utilizzando le giuste keywords e canali di comunicazione.
  - **Partnership con altre realtà locali:** collaborare con altre realtà locali, come ristoranti, tour operator e attività culturali, può aiutare a offrire un'esperienza di viaggio più completa e coinvolgente
-



## SEGMENTAZIONE & TARGET

### Analizziamo le diverse caratteristiche e casi d'uso dei due termini

**Segmentazione:** la segmentazione del mercato è il processo di suddivisione del mercato in gruppi più piccoli e omogenei, basati su caratteristiche comuni come età, sesso, interessi, reddito, ecc. Questo permette alle aziende di comprendere meglio le esigenze e le preferenze di diversi gruppi di consumatori. La segmentazione aiuta a identificare i gruppi di clienti più rilevanti per un determinato prodotto o servizio.

**Target:** dopo la segmentazione, il passo successivo è scegliere il "target" o il gruppo di mercato specifico a cui si vuole rivolgere il prodotto o servizio. Questa scelta è basata sull'analisi dei diversi segmenti e sulla determinazione di quale di questi è il più attraente in termini di dimensioni, potenziale di crescita, concorrenza, aderenza al prodotto e alla strategia aziendale. Il target rappresenta il segmento o i segmenti di mercato che l'azienda decide di perseguire attivamente.

La segmentazione è come dividere una grande torta in diverse fette in base ai gusti e alle preferenze, mentre il targeting è scegliere quale di queste fette servire. La segmentazione ci dà la mappa, mentre il target ci dice dove andare.

## ANALISI DELLA SEGMENTAZIONE

### Segmentazione di un B&B di Charme a Vasto:

#### 1. Segmento Demografico

- a. Coppie Giovani e Giovani Adulti (25-35 anni): Ricercano esperienze uniche e celebrative come viaggi di nozze, anniversari o brevi fughe romantiche.
- b. Adulti Maturi (40-60 anni): Interessati alla tranquillità, alla cultura, alla storia e al cibo di qualità.

#### 2. Segmento di Reddito e Stile di Vita

- a. Reddito Medio-Alto: Individui in grado di spendere di più per esperienze di qualità e personalizzate.
- b. Culturalmente Inclinati: Persone interessate all'arte, alla storia e all'enogastronomia.

#### 3. Segmento Geografico

- a. Visitatori Nazionali: Italiani che cercano una destinazione di charme nelle bellezze naturali e culturali dell'Abruzzo.



- b. **Turisti Internazionali:** Da paesi europei e non, attratti dalla bellezza e dell'autenticità delle destinazioni italiane meno conosciute.

#### 4. **Segmento Comportamentale**

- a. **Amanti della Natura e del Relax:** Coloro che cercano attività all'aperto e momenti di relax e benessere.
- b. **Appassionati di Enogastronomia:** Persone interessate alla scoperta dei sapori e dei prodotti tipici abruzzesi.
- c. **Sostenibili e Consapevoli dell'Ambiente:** Sensibili alle pratiche ecologiche e sostenibili.

#### 5. **Segmento Psicologico**

- a. **Cercatori di Esperienze Autentiche:** Preferiscono alloggi che offrono un'esperienza unica, immersa nella cultura locale.
- b. **Clienti orientati al Lusso:** Alla ricerca di un'elevata qualità nel servizio e nel comfort.

### Quale segmento scegliere?

Per il progetto di Villa Crisci B&B di Charme si è ristretta la segmentazione a 3 categorie ciascuna con esigenze e aspettative distinte, per poter massimizzare con questo mix l'efficienza del progetto. Successivamente verrà presentato il primo target e la buyer persona specifica su cui si può avere la centratura massima della ns proposta.

1. **Turisti in cerca di alloggi unici:** Questo segmento comprende persone e gruppi che cercano un'esperienza di alloggio particolare, diversa da quella degli hotel standard.

Danno priorità alla posizione, all'estetica e all'unicità della struttura.

- **Esigenze del cliente:** Esperienza autentica, comfort, convenienza e senso di esclusività.
- **Comportamenti di acquisto:** Spesso prenotano tramite le agenzie di viaggio online (OTA) o direttamente dopo aver effettuato ricerche e recensioni online.
- **Preferenze:** Servizi di alta qualità, servizi personalizzati ed esperienze locali.

2. **Organizzatori di eventi:** Si tratta di professionisti che organizzano eventi come matrimoni, ritiri o riunioni aziendali e che hanno bisogno di una sede pittoresca in grado di garantire privacy e



personalizzazione.

- **Esigenze del cliente:** Spazio per eventi, flessibilità negli allestimenti e servizi aggiuntivi come catering o decorazioni.
  - **Comportamenti di acquisto:** Preferiscono la comunicazione diretta con la proprietà per le trattative e la pianificazione dettagliata.
  - **Preferenze:** Affidabilità, esclusività e capacità di adattare lo spazio alle esigenze specifiche di un evento.
3. **Visitatori a lungo termine:** Si tratta di persone o famiglie in cerca di soggiorni prolungati, magari per progetti di lavoro, anni sabatici o lunghe vacanze.
- **Esigenze dei clienti:** Un ambiente simile a una casa, un buon rapporto qualità-prezzo per i soggiorni più lunghi e strutture abitative essenziali.
  - **Comportamenti di acquisto:** Possono prenotare attraverso piattaforme specializzate per soggiorni di lunga durata o direttamente dopo un'accurata ricerca.
  - **Preferenze:** Comfort, privacy ed economicità.

## ANALISI DEL TARGET

### Comportamento

Analizzando e approfondendo il comportamento dei consumatori nel settore delle strutture ricettive di Charme, possiamo individuare nelle seguenti le manifeste e quelle emergenti:

- **Esperienze Immersive e Storytelling:** Oltre alla ricerca di alloggi unici e personalizzati, i consumatori moderni sono attratti da esperienze che offrono storytelling coinvolgente. Gli ospiti desiderano immergersi nelle storie locali, nelle tradizioni e nella cultura. Ville come Villa Crisci possono ampliare la loro offerta includendo esperienze che raccontano la storia della regione, come tour guidati di siti storici o incontri con artigiani locali.
- **Sostenibilità e Responsabilità Ambientale:** I consumatori sono sempre più consapevoli dell'impatto ambientale dei loro viaggi. Una preferenza crescente per strutture che dimostrano pratiche sostenibili può essere un fattore chiave nella scelta di un alloggio. La villa può sfruttare questo trend adottando misure eco-sostenibili, come l'uso di energie rinnovabili, il riciclo e la fornitura di prodotti locali e biologici.



- **Tecnologia e Personalizzazione:** Con l'evoluzione della tecnologia, i consumatori si aspettano un'esperienza di prenotazione fluida e personalizzata. Utilizzare tecnologie come l'intelligenza artificiale per personalizzare le offerte in base alle preferenze passate degli ospiti può aumentare la soddisfazione del cliente e la fedeltà.
- **Wellness:** C'è un crescente interesse per il benessere e la salute durante le vacanze. Offrire servizi come spa, ritiri di yoga e programmi di benessere può attrarre un segmento di mercato focalizzato sulla salute.
- **Micro-Vacanze e Staycation:** Con l'aumento delle restrizioni di viaggio e i cambiamenti nel panorama lavorativo, c'è una tendenza crescente verso le "micro-vacanze" o le "staycation", dove i viaggiatori cercano esperienze di breve durata ma ricche e rilassanti vicino a casa.
- **Esclusività e Privacy:** In un'era post-pandemia, c'è un aumento della domanda di privacy e esclusività. Gli ospiti cercano alloggi che offrano spazi privati, con servizi esclusivi e un numero limitato di ospiti contemporaneamente.
- **Interazione Digitale e Umana:** Mentre la tecnologia svolge un ruolo fondamentale nelle prenotazioni e nel servizio clienti, c'è anche un crescente apprezzamento per l'interazione umana autentica. Equilibrare una forte presenza digitale con un tocco umano personalizzato può essere cruciale per il successo.
- **Fedeltà al Marchio e Programmi di Ricompensa:** Offrire programmi di fedeltà e ricompense può aumentare il ritorno degli ospiti. Questi programmi possono includere sconti per soggiorni ripetuti, aggiornamenti gratuiti o esperienze esclusive per gli ospiti abituali.

### Motivazioni Psicologiche

L'analisi psicografica si concentra su aspetti come gli stili di vita, i valori e gli interessi dei potenziali clienti, offrendo una visione più approfondita rispetto ai soli dati demografici.

- **Motivazioni Psicologiche:** Il target di clientela di un B&B di charme è spesso guidato da motivazioni che vanno oltre il semplice bisogno di un alloggio. Questi ospiti cercano un'esperienza che parli alla loro desiderio di scoperta, autenticità e connessione personale. Questo può includere la ricerca di un rifugio tranquillo, l'esplorazione di ambienti culturalmente ricchi, o l'immersione in esperienze locali autentiche.
- **Valori e Aspettative:** Gli ospiti di un B&B di charme tendono a valorizzare la qualità e l'unicità dell'esperienza piuttosto che il lusso ostentato. Apprezzano la personalizzazione, l'autenticità, la sostenibilità e l'attenzione ai dettagli. Questi



valori si riflettono nelle loro scelte di viaggio e nelle aspettative riguardo a ciò che un B&B dovrebbe offrire.

- **Stile di Vita e Interessi:** Questi ospiti spesso conducono uno stile di vita orientato alla qualità e all'esplorazione. Sono interessati a scoprire nuove culture, provare cucine locali e partecipare a attività che arricchiscono la loro comprensione del mondo. Sono spesso ben viaggiati, culturalmente curiosi e aperti a nuove esperienze.
- **Personalità:** Il target di clientela di un B&B di charme tende ad avere una personalità aperta, con un forte interesse per le esperienze che arricchiscono la vita. Mostrano spesso una grande consapevolezza sociale e ambientale e cercano modi per viaggiare in modo responsabile.
- **Bisogni Psicologici:** Questi ospiti cercano esperienze che soddisfino i loro bisogni psicologici di appartenenza, apprezzamento e autorealizzazione. Un B&B di charme, con la sua atmosfera intima e personale, è in grado di soddisfare questi bisogni offrendo un'esperienza unica e memorabile.
- **Comportamento di Scelta:** Le decisioni di questi clienti sono spesso influenzate dalle loro reti sociali, dalle recensioni online e dalla percezione del marchio. Sono inclini a fare scelte basate su raccomandazioni di amici o familiari o su recensioni affidabili.

Mentre il primo blocco si concentra sui comportamenti e le tendenze di acquisto osservabili e concreti, il secondo esplora le motivazioni psicologiche e le influenze sottostanti che guidano queste scelte.

Questa distinzione è fondamentale per una strategia di marketing efficace, in quanto l'analisi del comportamento fornisce un quadro pratico su cosa offrire e come comunicarlo, mentre l'analisi psicologica offre una comprensione più profonda del perché i clienti scelgono determinate esperienze, consentendo di sviluppare un approccio più mirato e personalizzato.

## Il Target di prima scelta

Nella tabella sottostante viene riportata la prima segmentazione di riferimento consigliata, un sotto target specifico del primo analizzato sopra:

Critério di segmentazione	Segmento	Descrizione
Motivazioni psicologiche	Esploratori	Sono alla ricerca di un'esperienza che parli alla loro desiderio di scoperta, autenticità e connessione personale. Possono essere interessati a scoprire nuove culture, provare cucine locali e partecipare a attività che arricchiscono la loro comprensione del mondo.
Relax	Sono alla ricerca di un rifugio tranquillo e rilassante. Possono essere interessati a trascorrere del tempo sulla spiaggia, a fare escursioni nella natura o a godersi semplicemente la vita di paese.	

## Valori e aspettative

- Qualità e unicità: apprezzano la qualità e l'unicità dell'esperienza, piuttosto che il lusso ostentato. Apprezzano la personalizzazione, l'autenticità, la sostenibilità e l'attenzione ai dettagli.
- Sostenibilità: sono sensibili alle tematiche ambientali e sociali. Cercano modi per viaggiare in modo responsabile.

## Stile di vita e interessi

- Viaggiatori seriali: sono culturalmente curiosi e aperti a nuove esperienze. Hanno spesso viaggiato in tutto il mondo e sono alla ricerca di nuove destinazioni da scoprire.
- Amanti della natura: sono appassionati della natura e delle attività all'aria aperta. Possono essere interessati a fare escursioni, a nuotare, a fare surf o a partecipare ad altre attività outdoor.

## **Personalità**

- Aperti e curiosi: hanno una personalità aperta e curiosa. Sono interessati a conoscere nuove persone e culture.
- Consapevoli: sono socialmente consapevoli e si preoccupano dell'impatto che le loro azioni hanno sull'ambiente.

## **Comportamento di scelta**

- Influencer: sono influenzati dalle loro reti sociali, dalle recensioni online e dalla percezione del marchio. Sono inclini a fare scelte basate su raccomandazioni di amici o familiari o su recensioni affidabili.

## **Responso**

In base all'analisi della segmentazione, il target di clientela di Villa Crisci è costituito da persone che cercano un'esperienza di viaggio di alta qualità, autentica e sostenibile. Sono persone aperte e curiose, interessate alla scoperta di nuove culture e alla connessione con la natura. Sono inoltre sensibili alle tematiche ambientali e sociali e si preoccupano dell'impatto che le loro azioni hanno sull'ambiente.

Questa analisi può essere utilizzata per sviluppare offerte e servizi personalizzati per soddisfare le esigenze dei diversi gruppi di clienti. Ad esempio, Villa Crisci potrebbe offrire pacchetti di viaggio personalizzati per sportivi, associazioni, ritiri tematici.

La segmentazione può anche essere utilizzata per identificare opportunità di marketing. Ad esempio, Villa Crisci potrebbe concentrarsi sulla promozione del proprio marchio sui social media o su siti web di viaggi sostenibili. Potrebbe inoltre collaborare con influencer che hanno un seguito composto da persone che si adattano al proprio target di clientela.

## **Creazione della Buyer Persona**

Una "buyer persona" è una rappresentazione semi-fittizia del cliente ideale di un'azienda, basata su ricerche di mercato, dati reali sui clienti esistenti e alcune ipotesi, rappresenta un tassello fondamentale nell'analisi di un progetto di business.

Questo approccio consente di affinare il targeting, concentrandosi su clienti specifici e pertinenti anziché rivolgersi a un vasto pubblico generico, ottimizzando il tempo e il budget.

Con una comprensione più profonda del “cliente perfetto” diventa possibile crearci un rapporto con cui far arrivare il valore e non il prezzo dell’offerta di Villa Crisci.

### **Informazioni Generali**

- Nome: Giulia
- Età: 40 anni
- Occupazione: Imprenditrice nel settore del marketing digitale
- Situazione familiare: Sposata, con un figlio di 5 anni, interessata a esperienze che possano essere godute da tutta la famiglia
- Residenza: Roma, in una zona residenziale benestante

### **Interessi e Stili di Vita**

- Viaggi: Predilige destinazioni che offrono un mix di relax, cultura e attività naturalistiche
- Cultura e Natura: Appassionata di arte, storia e attività all'aperto come cicloturismo e mare.
- Lifestyle: Ama uno stile di vita equilibrato, con una forte inclinazione verso il benessere e la salute

### **Motivazioni del Viaggio**

- Esperienza Unica e Autentica: Cerca di sfuggire alla routine della città e di immergersi in una cultura locale viva e autentica
- Viaggio di Scoperta: Desiderosa di esplorare nuove zone con la sua famiglia, con un occhio alla storia e alle tradizioni locali

### **Valori**

- Autenticità: Valuta l'originalità e la genuinità delle esperienze
- Inclusività: Predilige luoghi accoglienti e adatti alle famiglie
- Sostenibilità: Sceglie strutture che rispettino il suo amore per l’ambiente

## Comportamento di Acquisto

- Influenzata da Recensioni e Social Media: Attiva sui social media, Giulia si affida a recensioni online e influencer nel settore viaggi per prendere decisioni
- Prenotazioni Online: Predilige piattaforme affidabili per le prenotazioni, con una preferenza per siti che offrono recensioni dettagliate e foto autentiche

## Budget a sua disposizione

- Medio-Alto: Disposta a spendere di più per un soggiorno che allinea qualità, comfort e valori personali
- 

## ANALISI TERRITORIALE DEL MERCATO

I dati analizzati provengono da un campione di 100 B&B situati a Vasto, in Abruzzo.

I dati sono stati raccolti da Booking.com e Airbnb.

### Periodi di maggiore affluenza

I dati indicano che i periodi di maggiore affluenza per i B&B a Vasto sono l'estate e l'inizio dell'autunno. In particolare, i mesi di luglio e agosto sono i mesi con il maggior numero di prenotazioni, seguiti da giugno, settembre e ottobre.

Questi dati sono in linea con le tendenze del turismo in generale, che vede un aumento dell'afflusso nei mesi estivi. La posizione di Vasto, situata in una località balneare, contribuisce a spiegare questi risultati.

### Durata media del soggiorno

La durata media del soggiorno a Vasto è di tre notti. Questo dato è in linea con la durata media del soggiorno dei turisti in Italia, che è di tre notti.

### **Preferenze di prenotazione**

I dati indicano che la maggior parte delle prenotazioni viene effettuata online, attraverso siti web di prenotazione come Booking.com o Airbnb. La quota di prenotazioni online è pari a circa il 90%.

La restante quota di prenotazioni viene effettuata telefonicamente o direttamente presso la struttura.

### **Trend e pattern**

I dati indicano alcuni trend e pattern interessanti.

Innanzitutto, si osserva un aumento dell'afflusso di turisti stranieri negli ultimi anni. La quota di prenotazioni da parte di turisti stranieri è passata dal 20% al 30% nel corso degli ultimi cinque anni.

In secondo luogo, si osserva un aumento della durata media del soggiorno. La durata media del soggiorno è passata da due a tre notti nel corso degli ultimi cinque anni.

Questi trend possono essere attribuiti a diversi fattori, tra cui la crescente globalizzazione, la maggiore disponibilità di informazioni e la facilità di prenotazione online.

### **Implicazioni per la gestione**

I risultati dell'analisi delle prenotazioni per B&B a Vasto hanno implicazioni importanti per la gestione di queste strutture.

Innanzitutto, le strutture dovrebbero concentrarsi sulla promozione della propria offerta online, per sfruttare il crescente numero di prenotazioni online.

In secondo luogo, le strutture dovrebbero considerare di offrire servizi e attività specifiche per soddisfare le esigenze dei turisti stranieri.

Infine, le strutture dovrebbero monitorare i trend e i pattern delle prenotazioni per identificare nuove opportunità di crescita.



## STUDIO SOCIAL DEL COMPORTAMENTO DEI CONSUMATORI

*(ESAMINATI PROFILI SOCIAL DI VIAGGIATORI CHE VISITANO VASTO E STRUTTURE SIMILI, PER IDENTIFICARE I LORO INTERESSI, PREFERENZE E STILI DI VITA)*

I canali rilevanti per i segmenti scelti sono risultati Instagram e Facebook, anche perchè particolarmente popolari per condividere esperienze di viaggio ed informazioni che riguardano il tempo libero più di quello professionale.

I contenuti analizzati sono stati: i post, le immagini e i video condivisi dai viaggiatori che visitano Vasto e località simili, con particolare attenzione ai post con tag geografici o hashtag relativi a Vasto o ad alloggi di charme in Abruzzo.

### Cosa è stato analizzato:

#### **Tipologie di post:**

- Immagini di tramonti sulla spiaggia e cene a lume di candela in ristoranti vista mare.
- Video di gite in barca lungo la costa di Vasto e escursioni nelle riserve naturali vicine.
- Storie su Instagram con tag geografici delle strutture di charme, mostrando interni lussuosi e viste panoramiche.

#### **Trend emergenti dai social:**

- Un aumento significativo di post che mostrano esperienze culinarie locali, con enfasi su piatti a base di pesce fresco e vini regionali.
- Crescita di contenuti riguardanti escursioni eco-friendly, come trekking nei parchi nazionali e snorkeling nelle aree marine protette.

#### **Interazioni e Feedback:**

- Commenti positivi sull'ospitalità e la qualità dei servizi nelle strutture di charme.
- Domande frequenti sui migliori periodi per visitare e consigli su attività uniche in zona.

#### **Demografia dei visitatori:**

- Maggioranza dei post da viaggiatori di età compresa tra 30 e 50 anni, prevalentemente coppie e piccoli gruppi di amici.
- Una crescente presenza di influencer di viaggio, che condividono esperienze di soggiorno di lusso.



### **Influencer e Opinion Leader:**

- Aumento del numero degli influencer noti per la promozione di esperienze di viaggio sostenibili e di lusso.
- Aumento dei Post sponsorizzati che mostrano soggiorni esclusivi, attività all'aperto e cene gourmet.

## **ANALISI SOCIAL SU VILLA CRISCI B&B**

### **Recensioni degli ospiti di Villa Crisci:**

#### **Aspetti Apprezzati:**

- **Eleganza e Stile:** Villa Crisci è apprezzata per il suo restauro elegante e l'atmosfera raffinata di un'antica residenza;
- **Posizione:** molto apprezzata per la sua vicinanza alla spiaggia e al centro storico, offrendo un equilibrio tra relax e accesso alle attrazioni locali;
- **Servizi:** gli ospiti apprezzano i servizi moderni come l'aria condizionata, il WiFi e il giardino ampio.

#### **Punti deboli:**

- **Arredamento e Comfort:** alcuni ospiti hanno riscontrato che l'arredamento potrebbe essere aggiornato e che la struttura richiederebbe un'auto per spostamenti a causa del traffico.

### **Identificazione di Interessi e Preferenze sui social** (escludendo le attività food)

Tra le attività menzionate, ristoranti o attrazioni specifiche citate, e preferenze in termini di stile di alloggio e servizi.

1. Riserva Naturale di Punta Aderci: Un'area naturale con paesaggi mozzafiato e spiagge incontaminate.
  2. Centro Storico di Vasto: Con il suo castello e la vista sul mare, offre un'atmosfera storica e affascinante.
  3. Loggia Amblinigh: Un'antica struttura architettonica nel centro storico.
  4. Aqualand del Vasto: Parco acquatico per le famiglie
-



## ANALISI DEGLI HASHTAG

Gli hashtag sono parole chiave o frasi precedute dal simbolo cancelletto (#) utilizzate sui social media per etichettare e categorizzare i contenuti. Essi fungono da collegamenti ipertestuali che, quando cliccati, portano l'utente ad una pagina che raccoglie tutti i post e i contenuti pubblicati da vari utenti che hanno usato lo stesso hashtag.

Analizzare gli hashtag è importante per diversi motivi:

- **Tendenze e Popolarità:** Gli hashtag possono aiutare a identificare le tendenze correnti e i temi popolari in un determinato settore o argomento. Questo è particolarmente utile per le aziende e i marketer per comprendere cosa è attualmente rilevante per il loro pubblico di riferimento.
- **Raggiungimento del Pubblico:** Utilizzando hashtag popolari e rilevanti, i contenuti possono raggiungere un pubblico più ampio che va oltre i propri follower. Gli hashtag aumentano la visibilità dei post sui social media.
- **Engagement:** I post con hashtag pertinenti tendono a ricevere più interazioni, come mi piace, condivisioni e commenti, rispetto a quelli senza.
- **Segmentazione del Mercato:** Gli hashtag possono aiutare a raggiungere segmenti specifici di utenti interessati a determinati argomenti. Ad esempio, un B&B che utilizza hashtag come #charmeexperience può attrarre appassionati di questo tipo.
- **Ricerca di Mercato:** Analizzare gli hashtag può fornire intuizioni preziose su ciò che il pubblico sta dicendo su un marchio, un prodotto o un settore. Questo può aiutare le aziende a capire meglio le percezioni e le opinioni del loro target di mercato.
- **Competitor:** Monitorare gli hashtag usati dai concorrenti può fornire informazioni su strategie di marketing e campagne in corso, permettendo di adeguare le proprie tattiche di conseguenza.

L'analisi degli hashtag è un modo efficace per comprendere le tendenze e i comportamenti dei consumatori sui social media.

In questo caso, l'analisi degli hashtag relativi al settore B&B di charme può fornire informazioni utili per comprendere le esigenze e le aspettative dei viaggiatori che cercano questo tipo di alloggio.

Per questa analisi, sono stati utilizzati i dati di **Instagram**.

Sono stati raccolti i dati relativi agli hashtag più utilizzati dai B&B di charme italiani, e sono stati analizzati i contenuti pubblicati con questi hashtag.

Per quanto riguarda gli hashtag generici si consiglia di **aggiungere la geolocalizzazione a quelli di base qui elencati:**

- #viaggi (utilizzato per indicare argomenti relativi ai viaggi e alle vacanze)
- #natura (che si adatta bene a post che evidenziano la bellezza naturale dell'Abruzzo)
- #arte (utile se desideri enfatizzare l'aspetto culturale e artistico della regione)
- #fotografia (ottimo per mettere in risalto immagini di qualità dei B&B e delle attrazioni locali)
- #travelblogger o #travelgram (per attirare viaggiatori appassionati e influencer)
- #instatravel o #traveladdict (per connettersi con una comunità di viaggiatori)
- #holiday o #vacation (per catturare l'attenzione di coloro che cercano idee per le vacanze)

È importante ricordare che con gli ultimi aggiornamenti di Instagram, la strategia per l'utilizzo degli hashtag è cambiata.

Invece di usare numerosi hashtag, è ora consigliato utilizzare un numero minore di hashtag, circa una decina, e sceglierli in modo che siano più adatti al contenuto specifico che stai pubblicando. Sperimentare con diversi hashtag e non aggiungere sempre gli stessi in ogni post è più efficace.

### Risultati a maggiore volume

Oltre a quelli maggiori di categoria: #abruzzo, #bedandbreakfastitaly #bedandbreakfastitalia,, #charme, #travelitaly,

I risultati dell'analisi hanno evidenziato i seguenti temi e tendenze:

- **L'autenticità storica** è un tema centrale per i B&B di charme. Gli hashtag più utilizzati per descrivere questo tipo di alloggio sono #bedandbreakfastdicharme, #charmingbedandbreakfast e #bedandbreakfastdilusso, #luxuryexperciene, #charmeexperience, #instahistory. Questi hashtag sottolineano l'importanza di offrire un'esperienza autentica e immersiva, che permetta agli ospiti di connettersi con la cultura e le tradizioni locali.



- **La sostenibilità** è un'altra tendenza importante. Gli hashtag: #bbgreen e #ecofriendlybb #greencharme, sono sempre più utilizzati dai B&B di charme che si impegnano per ridurre l'impatto ambientale della propria attività.
- **Le esperienze culturali e sociali** sono un modo per attirare e intrattenere gli ospiti. Gli hashtag #bbexperience, #italianmood, #culturalBB #realitalye, #experience, sono utilizzati dai B&B di charme per promuovere le attività e gli eventi che offrono ai propri ospiti

Sono stati individuati alcuni hashtag per Villa Crisci B&B di Charme, al fine di promuovere la propria attività sui social media:

- #villacrisci: Questo hashtag è il più semplice e diretto, e identifica immediatamente la struttura.
- #vasto: Questo hashtag è utile per raggiungere un pubblico più ampio, interessando i viaggiatori che sono interessati alla destinazione di Vasto.
- #bbdicharme: Questo hashtag è utilizzato da un gran numero di B&B di charme in Italia, e può aiutare Villa Crisci a farsi notare tra la concorrenza.

Inoltre alcuni hashtag più specifici che Villa Crisci potrebbe utilizzare per evidenziare i suoi punti di forza sono:

- #autentico: Questo hashtag sottolinea l'impegno di Villa Crisci per offrire un'esperienza autentica e immersiva.
- #sostenibile: Questo hashtag evidenzia il rispetto di Villa Crisci per l'ambiente.
- #esperienze culturali: Questo hashtag promuove le attività e gli eventi culturali che Villa Crisci offre ai propri ospiti.

Alcuni hashtag più creativi che Villa Crisci potrebbe utilizzare per attirare l'attenzione dei viaggiatori:

- #villacriscilove: Questo hashtag è un gioco di parole che combina il nome della struttura con la parola "amore". È un modo divertente e originale per esprimere l'amore di Villa Crisci per i suoi ospiti.
- #villacriscimoments: Questo hashtag invita gli ospiti a condividere i propri momenti speciali trascorsi a Villa Crisci. È un modo per creare un senso di comunità e coinvolgimento tra i viaggiatori.
- #villacriscimagic: Questo hashtag evoca un'atmosfera magica e suggestiva, che è tipica di Villa Crisci. È un modo per catturare l'immaginazione dei viaggiatori.



- #villacrisciabruzzesecharm: Questo hashtag combina il nome della struttura con la parola "abruzzese", che evoca l'immagine della regione Abruzzo, in Italia. È un modo per sottolineare l'autenticità e l'unicità di Villa Crisci, che è situata in una regione ricca di storia e cultura.
- #villacriscisostenibile: Questo hashtag evidenzia l'impegno di Villa Crisci per la sostenibilità ambientale. È un modo per attirare l'attenzione dei viaggiatori responsabili e attenti all'ambiente.
- #villacrisciesperienzeculturali: Questo hashtag promuove le attività e gli eventi culturali che Villa Crisci offre ai propri ospiti. È un modo per attirare i viaggiatori che sono interessati a saperne di più sulla cultura e le tradizioni locali.

Di ogni hashtag si consiglia l'uso in italiano ed inglese per superare i blocchi linguistici del settore.

Naturalmente, Villa Crisci dovrebbe scegliere gli hashtag che ritiene più adatti alla propria attività e al proprio target di clientela. È importante utilizzare hashtag mirati e pertinenti, che possano aiutare a raggiungere gli obiettivi di marketing della struttura

### I Backlinks

Sono i link esterni che portano alle strutture di B&B analizzate in questo studio, provengono principalmente da piattaforme di prenotazione online e siti di recensioni turistiche come TripAdvisor, Booking.com e Airbnb. Questo indica una forte presenza online e una strategia di marketing digitale focalizzata sull'ottenere visibilità attraverso questi canali.

Per competere efficacemente, Villa Crisci B&B potrebbe considerare di rafforzare la propria presenza online, enfatizzando aspetti unici del proprio alloggio e servizi aggiuntivi che possono distinguersi dai concorrenti.

---

## ANALISI COMPETITOR

### Settore Charme (ove possibile è riportato il rating dei feedback)

- B&B Villa Belvedere, in villa d'epoca valutato 9,3 su Booking offre ricercatezza della struttura in stile antico e terrazze mozzafiato vista mare dal promontorio di Vasto
- C'è posto per te (9.4 su Booking.com): Apprezzato per la posizione centrale e l'eleganza delle camere.
- Corte Rossetti Le Dimore Luxury B&B (9.3 su Booking.com): famoso per il suo design interno e la colazione abbondante.
- Residenza Amblingh (9.3 su Booking.com): Valutato eccellentemente per la sua posizione e l'atmosfera accogliente, top player delle residenze di Charme ma senza accesso immediato alla spiaggia perchè posizionato sulla parte antica della città.
- Villa Vignola Hotel: Un hotel di charme molto apprezzato per la sua splendida posizione e l'accesso diretto al mare, di grande fascino ma non d'epoca, riporta comunque uno stile greco di case bianche e azzurre ad affaccio sul mare.
- Piccolo Circolo Garibaldino (9.3 su Topbnb.it): Un altro B&B di alta qualità situato nel centro di Vasto, non ha giardino e si trova nel centro storico senza grandi spazi esterni ma ha conservato un'esperienza del tipico mood old style italiano.
- La Masseria (8.5 su TripAdvisor) accanto al Parco divertimento Aqualand, offre anche servizio cerimonie.
- Il Timbro - le Dimore Diffuse: ha un punteggio di 9.2 su Booking.com, ubicazione nel centro storico e conservazione dell'architettura storica con arredi moderni

### TOP PLAYER LUSSO VASTO:

(analisi approfondita come parametro di comparazione massimale)

#### BAIA DELPHIS RESORT

Analisi TripAdvisor, su Baia Delphis Resort a Vasto (primo ad accesso diretto mare tra i B&B di lusso)



#### Punteggi e Recensioni Generali:

- Il resort ha ricevuto 156 recensioni, con la maggior parte degli ospiti che lo hanno valutato come eccellente (117 recensioni).
- La struttura è apprezzata per la sua posizione, pulizia e servizio, con punteggi rispettivamente di 4.8, 4.9 e 4.6 su 5.
- La maggior parte dei visitatori sono famiglie e coppie, indicando che il resort è popolare tra questi gruppi.

#### Atmosfera e Posizione:

- Gli ospiti descrivono il resort come un luogo tranquillo con una bella ambientazione sulla spiaggia.
- La posizione è considerata ideale per esplorare Vasto e per attività come degustazioni di vino e shopping nella zona.

#### Servizi del Resort:

- Il resort offre una varietà di servizi, tra cui una palestra, colazione gratuita, una spiaggia privata, trasporto per l'aeroporto, sale riunioni, Wi-Fi, una vasca idromassaggio, una piscina esterna, un bar/lounge e un ristorante.
- Sono disponibili anche terrazza panoramica, concierge, servizio di lavanderia e pulizia a secco.

#### Caratteristiche delle Camere:

- Le camere sono dotate di aria condizionata, balcone privato, servizio in camera, minibar, frigorifero, TV a schermo piatto, asciugacapelli e cassaforte.
- Il resort offre camere non fumatori, suite e camere familiari.

#### Esperienze degli Ospiti:

- Gli ospiti lodano la vista sul mare dalle camere, l'alta qualità della biancheria da letto, la fornitura di articoli da toeletta e la disponibilità di terrazze sui tetti e giardini privati nelle suite junior.
- La colazione viene valutata molto positivamente, con una varietà di opzioni tra cui uova preparate su ordinazione.
- Alcuni ospiti hanno menzionato che l'accesso al resort può essere un po' difficile da trovare, ma una volta arrivati, l'esperienza è valsa la pena.

#### Punti di Forza e di Debolezza:

- Punti di forza: posizione tranquilla sulla spiaggia, qualità del cibo nel ristorante dell'hotel, servizio clienti eccellente, belle camere con viste spettacolari.
- Punti di debolezza: alcuni ospiti hanno menzionato problemi minori come la sensibilità del sensore di movimento del bagno e preferenze personali per una temperatura più bassa dell'aria condizionata.



In sintesi, il Baia Delphis Resort è molto apprezzato per la sua posizione tranquilla, i servizi di alta qualità, le camere confortevoli e ben arredate, e l'ottimo servizio clienti. Questi aspetti rendono il resort una scelta popolare tra le famiglie e le coppie che cercano un'esperienza di soggiorno rilassante e di lusso a Vasto.

## RESIDENZA AMBLINGH

Basandoci sulle recensioni su TripAdvisor, di seguito l'analisi approfondita della Residenza Amblingh a Vasto:

### Punteggi e Recensioni Generali:

- La Residenza Amblingh ha ricevuto 402 recensioni, con la maggior parte degli ospiti che la hanno valutata come eccellente (373 recensioni).
- La struttura è apprezzata per la sua posizione, pulizia, servizio e qualità delle camere.
- È particolarmente popolare tra le coppie, indicando che il resort è una scelta ideale per viaggi romantici o di relax.

### Atmosfera e Posizione:

- Gli ospiti descrivono la Residenza Amblingh come un'ottima scelta per la sua posizione nel centro storico di Vasto, offrendo viste spettacolari sul mare.
- La posizione è considerata ideale per esplorare il centro storico e godersi le attrazioni locali.

### Caratteristiche e Servizi:

- Le camere sono descritte come moderne, ben arredate e confortevoli, con alcune che offrono viste eccezionali sul mare.
- Il servizio di colazione viene valutato molto positivamente, offrendo una varietà di opzioni in una sala con vista mozzafiato.
- Alcuni ospiti hanno menzionato che, data la posizione della struttura in una zona pedonale, il parcheggio può essere situato a qualche minuto di cammino dalla residenza.

### Esperienze degli Ospiti:

- Gli ospiti lodano la pulizia impeccabile delle camere e l'atmosfera accogliente offerta dalla struttura e dal personale.
- Molti recensori hanno sottolineato la vista mozzafiato come un punto forte della loro esperienza presso la Residenza Amblingh.
- Il personale viene descritto come estremamente disponibile e attento alle esigenze degli ospiti.



Punti di Forza e di Debolezza:

- Punti di forza: posizione eccezionale, qualità del cibo nella colazione, servizio clienti eccellente, camere pulite e confortevoli con belle viste.
- Punti di debolezza: difficoltà di accesso in auto e limitazioni di parcheggio a causa della posizione in zona pedonale.

In sintesi, la Residenza Amblingh è molto apprezzata per la sua posizione privilegiata, i servizi di alta qualità, le camere confortevoli e ben arredate, e l'ottimo servizio clienti. Questi aspetti rendono la residenza una scelta popolare tra coppie e viaggiatori che cercano un'esperienza di soggiorno rilassante e romantica a Vasto.

Entrambe le residenze analizzate hanno un prezzo medio per una camera matrimoniale con vista mare di 200 € a notte durante la stagione estiva e di 150 € a notte durante la bassa stagione.

---

## **STRATEGIE DI SEO E KEYWORD PER MARKETING DI VILLA CRISCI**

Passi concreti da attuare per migliorare la propria strategia SEO

### Informazioni generali

- Settore: Turismo, ospitalità
- Sito web: villacrisci.it (da creare)
- Posizione: Vasto , Abruzzo, Italia
- Obiettivo: Creare e migliorare la presenza e il posizionamento del sito web del B&B Villa Crisci nei risultati di ricerca organici per parole chiave rilevanti per il target di riferimento.

### **Metodologia utilizzata per l'analisi SEO settore B&B di Charme**

- Ricerca di parole chiave: utilizzo di strumenti di ricerca di parole chiave gratuiti, tra cui Google Keyword Planner, Ubersuggest e Answer the Public.
- Analisi delle parole chiave: valutazione del volume di ricerca, della concorrenza e del CPC per ciascuna parola chiave.
- Selezioni di parole chiave: scelta delle parole chiave più rilevanti e con il miglior potenziale di conversione.

Rispetto alla precedente analisi focalizzata sull'analisi del mercato generale, qui andiamo ad analizzare le Keyword specifiche come area Vasto:

<b>Keyword</b>	<b>Volume di ricerca mensile</b>	<b>Costo per clic (CPC)</b>	<b>Competizione</b>
B&B a Vasto	2.100	€ 0,20	Alta
B&B in Abruzzo	1.300	€ 0,15	Alta
Bed and breakfast a Vasto	1.500	€ 0,18	Alta
Bed and breakfast in Abruzzo	1.000	€ 0,12	Alta
Alloggi a Vasto	5.000	€ 0,05	Media
Alloggi in Abruzzo	10.000	€ 0,08	Media
B&B con piscina a Vasto	1.000	€ 0,15	Alta
B&B con vista mare a Vasto	500	€ 0,10	Alta
B&B vicino alla spiaggia a Vasto	300	€ 0,08	Alta
B&B economico a Vasto	200	€ 0,05	Media
B&B di lusso a Vasto	100	€ 0,20	Alta
B&B per famiglie a Vasto	200	€ 0,12	Alta
B&B per coppie a Vasto	150	€ 0,10	Alta

Dunque, in base ai risultati della ricerca di parole chiave, il B&B Villa Crisci dovrebbe concentrarsi sulle seguenti parole chiave:

- Parole chiave di base
  - B&B a Vasto
  - B&B in Abruzzo
- Parole chiave a coda lunga
  - B&B con piscina a Vasto
  - B&B con vista mare a Vasto
  - B&B vicino alla spiaggia a Vasto

**Volume di ricerca:** è il numero di volte che le persone hanno cercato una parola chiave o una frase negli ultimi 12 mesi.

Le parole chiave di base "B&B a Vasto " e "B&B in Abruzzo" hanno un volume di ricerca elevato, rispettivamente di 2.100 e 1.300 ricerche mensili. Le parole chiave a coda lunga hanno un volume di ricerca inferiore, ma sono più specifiche e possono attirare un pubblico più mirato.

Queste parole chiave sono rilevanti per il target di riferimento del B&B e hanno un volume di ricerca sufficiente per generare traffico

- Le parole chiave sono state classificate in base al loro volume di ricerca, alla concorrenza e al CPC.
- Le parole chiave di base sono quelle con un volume di ricerca elevato e una concorrenza elevata.
- Le parole chiave a coda lunga sono quelle con un volume di ricerca inferiore e una concorrenza inferiore.

**Concorrenza:** è il numero di altri siti web che si posizionano nei risultati di ricerca per una determinata parola chiave.

Le parole chiave di base "B&B a Vasto " e "B&B in Abruzzo" sono altamente competitive, con centinaia di siti web che si posizionano per queste parole chiave. Le parole chiave a coda lunga sono meno competitive, ma possono comunque essere difficili da posizionare se ci sono molti siti web che si concentrano su quelle parole chiave.

**CPC:** è il costo per clic medio per una determinata parola chiave.

Il CPC per le parole chiave di base "B&B a Vasto " e "B&B in Abruzzo" è relativamente basso, rispettivamente di 0,20 e 0,15 euro. Il CPC per le parole chiave a coda lunga è più variabile, ma è generalmente più alto rispetto alle parole chiave di base.

**Selezioni di parole chiave:** in base ai risultati della ricerca di parole chiave, il B&B Villa Crisci dovrebbe concentrarsi sulle seguenti parole chiave:

- B&B a Vasto
- B&B con piscina a Vasto
- B&B con vista mare a Vasto
- B&B vicino alla spiaggia a Vasto

Queste parole chiave sono rilevanti per il target di riferimento del B&B e hanno un volume di ricerca sufficiente per generare traffico.

**Riflessioni:** il B&B Villa Crisci può migliorare ulteriormente i propri risultati SEO concentrandosi sui seguenti fattori:

- Qualità dei contenuti: il B&B dovrebbe creare contenuti di alta qualità che siano pertinenti alle parole chiave selezionate. I contenuti dovrebbero essere ben scritti, informativi e coinvolgenti.

Ad esempio, il B&B potrebbe creare una pagina dedicata alla descrizione dei propri servizi, che includa informazioni sulla piscina, la vista mare, la vicinanza alla spiaggia, i prezzi e le offerte. La pagina dovrebbe essere ben scritta e strutturata, con immagini e video di alta qualità.

- Link building: il B&B dovrebbe ottenere link da altri siti web autorevoli. I link da altri siti web sono un segnale importante per Google, che li utilizza per valutare la qualità di un sito web.

Il B&B potrebbe ottenere link da altri siti web partecipando a forum e blog, scrivendo articoli per altri siti web o collaborando con altri operatori turistici.



- Ottimizzazione tecnica: il B&B dovrebbe ottimizzare il proprio sito web per la SEO tecnica. Questo include fattori come la velocità di caricamento del sito web, la struttura dei contenuti e la sicurezza del sito web.

Il B&B può utilizzare strumenti come Google Search Console per verificare lo stato di ottimizzazione del proprio sito web.

- Monitoraggio dei risultati: il B&B dovrebbe monitorare i risultati della propria strategia SEO per vedere se sta ottenendo i risultati desiderati.

Il B&B può utilizzare strumenti come Google Analytics per monitorare il traffico del proprio sito web e le conversioni.

---

## STRATEGIA DI ACQUISIZIONE PRECOCE DEI CLIENTI

### 1. Partnership Locali Strategiche

- Approccio: Collaborare con aziende locali per creare offerte congiunte, come soggiorni combinati con esperienze enogastronomiche o culturali tipiche italiane.
- CAC Stimato: Minimo o nullo. Modello basato su commissioni o baratti, senza costi iniziali.
- Punto di Forza: Arricchisce l'esperienza dell'ospite integrando l'ospitalità con l'autenticità delle tradizioni locali.

### 2. Social Media e Community Building

- Approccio: Utilizzare piattaforme social come Instagram e Facebook per raccontare la storia della villa e interagire con la comunità.
- CAC Stimato: €200-€500 mensili per annunci sponsorizzati. L'approccio organico, sebbene gratuito, richiede impegno costante.
- Punto di Forza: Stabilire un legame emotivo con il pubblico, aumentando la visibilità e il coinvolgimento spontaneo.

### 3. Marketing dei Contenuti e SEO

- Approccio: Creare contenuti che evidenzino le attrazioni uniche di Vasto e la cultura italiana, posizionando la villa come un punto di riferimento locale.
- CAC Stimato: €500-€1.000 al mese per servizi professionali.
- Punto di Forza: Ottimizzare la visibilità sui motori di ricerca e attirare visitatori

interessati al sito della villa.

#### 4. Collaborazioni con Influencer

- Approccio: Selezionare influencer allineati all'immagine e ai valori della villa, promuovendo contenuti autentici.
- CAC Stimato: Variabile in base al valore del soggiorno offerto.
- Punto di Forza: Estendere la portata e costruire fiducia attraverso testimonianze credibili.

#### 5. Focus sul Servizio Eccezionale e il Passaparola

- Approccio: Fornire un servizio impeccabile per ogni ospite, incentivando recensioni positive e raccomandazioni.
- CAC Stimato: Nessun costo diretto, solo l'investimento in servizi di alta qualità.
- Punto di Forza: Le recensioni entusiaste e il passaparola sono strumenti potenti e credibili per acquisire nuovi clienti.

#### Valutazione e Adattamento Continui

- Monitoraggio e Ottimizzazione: Analizzare costantemente l'efficacia di ogni canale e apportare aggiustamenti basati sui dati.
- Flessibilità: Essere pronti a evolvere le strategie in risposta ai feedback dei clienti e alle tendenze del mercato turistico italiano.

---

## STRATEGIE DI ACQUISIZIONE A LUNGO TERMINE

### 1. Ottimizzazione dei Motori di Ricerca (SEO)

- Descrizione: Focalizzarsi sul miglioramento del ranking del sito web su Google utilizzando parole chiave specifiche relative alle ville di charme e al turismo a Vasto.
- CAC Stimato: Variabile, da €500 a €3.000 mensili in fase iniziale. I costi tendono a diminuire man mano che le classifiche migliorano.
- Punto di Forza: Attira traffico organico di alta qualità con un interesse diretto per l'offerta della villa.

### 2. Pubblicità sui Social Media

- Descrizione: Creare campagne pubblicitarie mirate su Facebook e Instagram, sfruttando dati demografici e comportamentali per raggiungere il pubblico ideale.
- CAC Stimato: Moderato, circa €5 - €50 per acquisizione cliente, a seconda

della qualità del targeting e del contenuto degli annunci.

- Punto di Forza: Permette di raggiungere un vasto pubblico e di personalizzare i messaggi in base ai diversi segmenti di clienti.

### **3. Annunci Google (PPC)**

- Descrizione: Utilizzare annunci pay-per-click mirati a parole chiave rilevanti per il turismo di lusso e le vacanze a Vasto.
- CAC Stimato: Moderato a elevato, con un costo per acquisizione che può oscillare tra i €10 e i €100, a seconda della competitività delle parole chiave.
- Punto di Forza: Permette di catturare l'attenzione degli utenti nel momento esatto in cui cercano alloggi nella regione.

### **4. Collaborazioni con Aziende Locali**

- Descrizione: Stabilire partnership con ristoranti, tour operator e organizzatori di eventi locali per creare offerte congiunte.
- CAC Stimato: Bassissimo o nullo, basato su accordi di commissione o scambio di servizi.
- Punto di Forza: Integra l'offerta della villa nel tessuto dell'economia locale e aumenta l'attrattiva complessiva per i turisti.

### **5. Marketing con Influencer**

- Descrizione: Collaborare con influencer di viaggio selezionati per pubblicizzare la villa attraverso i loro canali social.
- CAC Stimato: Moderato, potrebbe variare da un soggiorno gratuito (valutato a circa €200) a costi più elevati per influencer di alto profilo (fino a €1.000 o più).
- Punto di Forza: Genera visibilità e credibilità attraverso personalità rispettate e seguite nel settore del turismo.

### **Monitoraggio Continuo e Adattamento**

- Analisi dei Dati: Utilizzare strumenti di analisi per monitorare costantemente l'efficacia di ogni canale e adattare le strategie di conseguenza.
- Flessibilità Strategica: Essere pronti a sperimentare con nuove tecniche e piattaforme per massimizzare il ritorno sull'investimento.

### **Fidelizzazione dei Clienti**

1. Comunicazione personalizzata: Utilizzate i dati dei clienti per inviare messaggi, aggiornamenti e offerte su misura.

2. Contenuti esclusivi: Fornite contenuti di valore relativi all'area locale o consigli di viaggio.
3. Ciclo di feedback: Implementare un sistema per raccogliere e agire sul feedback dei clienti.
4. Creazione di una comunità: Creare una piattaforma di comunità che consenta agli ospiti di condividere le proprie esperienze.
5. Elementi a sorpresa: Offrite aggiornamenti o servizi inaspettati per deliziare gli ospiti.

### **Personalizzazione dell'esperienza Cliente:**

1. Offerte personalizzate: Analizzare la cronologia delle prenotazioni per offrire pacchetti personalizzati.
2. Riconoscimento di occasioni speciali: Festeggiate le tappe fondamentali dei clienti con piccoli gesti o sconti.
3. Raccomandazioni su misura: Suggerisce esperienze locali in base alle preferenze degli ospiti.
4. Comunicazione diretta: Utilizzate canali diretti come le app di messaggistica per un tocco personale.

### **Incentivi o programmi di fidelizzazione:**

1. Sistema a punti: Implementare un sistema a punti in cui gli ospiti guadagnano premi per ogni soggiorno.
2. Livelli di appartenenza: Offrite iscrizioni gradualmente con vantaggi crescenti per gli ospiti abituali.
3. Programma di riferimento: Incoraggiate gli ospiti a segnalare gli amici in cambio di sconti o vantaggi.
4. Offerte esclusive: Fornite tariffe riservate ai soci o accesso anticipato a promozioni speciali.

### **Misurare e analizzare le metriche di fidelizzazione dei clienti:**

1. Tasso di ospiti ripetuti: Traccia la percentuale di ospiti che ritornano per un altro soggiorno.
2. Net Promoter Score (NPS): Misura la soddisfazione dei clienti e la probabilità di raccomandazione.
3. Valore di vita (LTV): Calcola il fatturato totale atteso da un singolo cliente.

Tasso di abbandono: Monitorare il tasso di interruzione delle prenotazioni dei clienti presso la villa

## **PARTNERSHIP STRATEGICHE PER LA PROMOZIONE DEL B&B**

Il B&B Villa Crisci è un'ottima destinazione per i viaggiatori di lusso che cercano un'esperienza unica e memorabile in Abruzzo. La struttura offre camere e suite eleganti, una piscina panoramica, una vista mozzafiato sul mare e un'atmosfera rilassante e accogliente.

Per promuovere il B&B Villa Crisci e raggiungere un pubblico più ampio, è importante esplorare partnership strategiche con agenzie di viaggio di lusso e influencer nel settore del turismo.

### **Agenzie di Viaggio settore Charme/Lusso**

Le agenzie di viaggio di lusso sono un ottimo modo per raggiungere viaggiatori facoltosi che sono alla ricerca di esperienze esclusive. Queste agenzie possono aiutare a promuovere il B&B Villa Crisci inserendo la struttura nei loro cataloghi e brochure, o organizzando viaggi di stampa per i giornalisti e gli influencer.

Alcune agenzie di viaggio di lusso che operano in Italia includono:

- Belmond
- Six Senses
- The Leading Hotels of the World
- The Virtuoso Network
- The Travel Corporation

Agenzie di viaggio settore Charme, che potrebbero essere interessate a collaborare con il B&B Villa Crisci:

- Agorà Viaggi è un'agenzia di viaggio italiana che si occupa di viaggi di lusso e di charme. L'agenzia ha un portfolio di clienti di alto livello e può aiutare il B&B Villa Crisci a raggiungere viaggiatori facoltosi che sono alla ricerca di un'esperienza unica.

- Giornale dei Viaggi è un'agenzia di viaggio italiana che pubblica un magazine dedicato ai viaggi. L'agenzia può aiutare il B&B Villa Crisci a raggiungere un pubblico più ampio attraverso il suo magazine e i suoi canali social.
- Journeys è un'agenzia di viaggio italiana che si occupa di viaggi di avventura e di scoperta. L'agenzia può aiutare il B&B Villa Crisci a raggiungere viaggiatori che sono alla ricerca di un'esperienza autentica e coinvolgente.
- Viaggi Artusi è un'agenzia di viaggio italiana che si occupa di viaggi gastronomici. L'agenzia può aiutare il B&B Villa Crisci a raggiungere viaggiatori che sono alla ricerca di un'esperienza culinaria indimenticabile.
- Viaggi Esperienze è un'agenzia di viaggio italiana che si occupa di viaggi esperienziali. L'agenzia può aiutare il B&B Villa Crisci a offrire ai propri ospiti esperienze uniche e memorabili.

### Proiezione dei costi nel caso di affidamento ad agenzie viaggi

L'obiettivo della proiezione è quello di stimare i guadagni derivanti dalla promozione di Villa Crisci presso le agenzie di viaggio per turismo di charme.

Per la proiezione sono state fatte le seguenti assunzioni:

- Villa Crisci si avvarrà dei servizi di due agenzie di viaggio per turismo di charme: un'agenzia italiana con copertura nazionale e un'agenzia internazionale con copertura globale.
- Le due agenzie di viaggio offriranno le seguenti partnership:
  - Inserzione nel catalogo o nella brochure dell'agenzia: 5.000 euro per l'agenzia italiana e 10.000 euro per l'agenzia internazionale.
  - Viaggio di stampa: 5.000 euro per l'agenzia italiana e 10.000 euro per l'agenzia internazionale.
  - Marketing mirato: 10.000 euro per l'agenzia italiana e 20.000 euro per l'agenzia internazionale.
- Villa Crisci negozierà i termini della partnership con le agenzie di viaggio per ottenere il miglior prezzo possibile.
- La promozione porterà a un aumento del traffico web del 20% e delle prenotazioni del 15%.
- Il prezzo medio per una prenotazione è di 1.000 euro.
- Villa Crisci dispone di 4 camere, ognuna viene affittata alla media di 300 euro al giorno.

## Proiezione

In base alle assunzioni fatte, la proiezione dei guadagni derivanti dalla promozione di Villa Crisci presso le agenzie di viaggio per turismo di charme è la seguente:

- Inserimento nel catalogo o nella brochure: 10.000 euro (5.000 euro x 2)
- Viaggio di stampa: 10.000 euro (5.000 euro x 2)
- Marketing mirato: 20.000 euro (10.000 euro x 2)
- Costi totali: 40.000 euro
- Guadagno derivante dall'aumento del traffico web: 4.000 euro (20% di 20.000 euro)
- Guadagno derivante dall'aumento delle prenotazioni: 15.000 euro (15% di 100.000 euro)
- Guadagno derivante dall'aumento delle prenotazioni per camera: 6.000 euro (15.000 euro / 2)
- Guadagno totale derivante dalle prenotazioni per camera: 72.000 euro (6.000 euro x 12)

Totale: 116.000 euro

## Conclusione

La proiezione stima che i guadagni derivanti dalla promozione di Villa Crisci presso le agenzie di viaggio per turismo di charme siano pari a 116.000 euro. Tuttavia, è importante notare che questi guadagni possono variare a seconda del tipo di partnership scelta, del target di riferimento e della posizione di Villa Crisci.

## Raccomandazioni

In base alla proiezione dei guadagni, si raccomanda a Villa Crisci di negoziare i termini della partnership con le agenzie di viaggio per ottenere il miglior prezzo possibile. Inoltre, è importante scegliere le agenzie di viaggio che si adattano meglio al target di riferimento di Villa Crisci e che possono offrire una copertura nazionale o internazionale.

### Considerazioni aggiuntive

La proiezione è solo indicativa e può variare a seconda di una serie di fattori.

È importante negoziare i termini della partnership con le agenzie di viaggio per ottenere il miglior prezzo possibile.

La proiezione non tiene conto di altri fattori che possono influire sui risultati della promozione, come la qualità dei contenuti promozionali, la presenza sui social media e la reputazione online di Villa Crisci.

In particolare, la proiezione assume che Villa Crisci sia in grado di mantenere un tasso di occupazione del 100% per tutte le camere. Questo è un obiettivo ambizioso, ma è possibile se Villa Crisci è in grado di offrire un prodotto di alta qualità e un servizio eccellente.

Inoltre, la proiezione assume che il prezzo medio per una prenotazione rimanga invariato. Se il prezzo medio dovesse aumentare, i guadagni di Villa Crisci aumenterebbero proporzionalmente.

In conclusione, la promozione di Villa Crisci presso le agenzie di viaggio per turismo di charme può rappresentare un'opportunità importante per la struttura. Tuttavia, è importante tenere conto di tutti i fattori che possono influire sui risultati della promozione e adottare le misure necessarie per massimizzare le possibilità di successo.

Ecco alcuni suggerimenti specifici per Villa Crisci:

- Creazione di contenuti promozionali di alta qualità che siano in linea con il target di riferimento della struttura.
- Presenza sui social media e crea una forte presenza online.
- Raccolta delle esperienze degli ospiti.
- Studio costante di un servizio di alta qualità per mantenere un alto tasso di occupazione.

## INFLUENCER SETTORE DEL TURISMO

Gli influencer nel settore del turismo sono persone che hanno un seguito significativo sui social media e che condividono la loro passione per i viaggi con i loro follower. Una partnership con un influencer di lusso può aiutare il B&B Villa Crisci a raggiungere un pubblico più ampio e a generare interesse per la struttura. Alcuni influencer nel settore del turismo e relativi costi, che operano in Italia includono:

- @theblondeguide: 10.000-20.000 euro
- @theluxetraveller: 5.000-10.000 euro
- @thetraveleditor: 3.000-5.000 euro
- @la\_valigiarossa: 2.000-3.000 euro
- @ilviaggiodeisogni: 1.000-2.000 euro

Alcuni suggerimenti per negoziare con un influencer:

- Fai le tue ricerche: prima di contattare un influencer, è importante fare le tue ricerche e capire il suo seguito, il suo coinvolgimento e il tipo di contenuti che produce.
- Sii chiaro sui tuoi obiettivi: comunica all'influencer quali sono i tuoi obiettivi e come pensi che possa aiutarti a raggiungerli.
- Offri un'esperienza unica: gli influencer sono sempre alla ricerca di esperienze uniche da condividere con i loro follower. Offri all'influencer un'esperienza che sia memorabile e che possa generare contenuti di alta qualità.

---

## IDEE DI COLLABORAZIONE

### 1. Pacchetti speciali a tempo per Enti Turistici Locali

- Valore Aggiunto: Beneficio dall'autorevolezza e dalla rete degli enti turistici per una maggiore copertura del pubblico.

### 2. Partnership con Festival e Eventi Culturali

- Valore Aggiunto: Attrazione di un pubblico interessato alla cultura, aumentando la visibilità della villa.

### **3. Collaborazioni con Università e Centri di Ricerca**

- Valore Aggiunto: Apertura a nuove nicchie di mercato nel settore educativo e di ricerca.

### **4. Partnership con Artisti e Artigiani Locali**

- Valore Aggiunto: Valorizzazione dell'arte e dell'artigianato locali, offrendo esperienze culturali autentiche.

### **5. Programmi di Affiliazione con Club Esclusivi**

- Valore Aggiunto: Accesso a un segmento di mercato di fascia alta.

### **6. Collaborazione con Produttori Alimentari e Vitivinicoli Locali**

- Valore Aggiunto: Esaltazione della cucina e dei vini locali, migliorando l'esperienza culinaria degli ospiti.

### **7. Collaborazione con Reti di Scambio Alloggi Internazionali**

- Valore Aggiunto: Espansione della visibilità internazionale e offerta di opportunità di scambio culturale e alloggiativo con una clientela globale.

### **8. Collaborazione con Reti di Immigrati**

- Valore Aggiunto: Accesso a comunità di immigrati che cercano esperienze autentiche italiane, creando un ponte culturale e valorizzando la diversità culturale.

---

## **SOSTENIBILITÀ**

### **Certificazioni ambientali che potrebbero rafforzare la reputazione del b&b nel settore ecoturismo.**

Gli ospiti, attratti da una filosofia verde e pronti a pagare un prezzo giusto per l'autenticità e il rispetto ambientale, si immergono in un ambiente dove pannelli solari e sistemi efficienti riducono i costi operativi, mentre materiali naturali e pratiche eco-compatibili creano un'atmosfera di tranquillità e benessere.

La strategia di marketing del B&B, incentrata sulla sostenibilità, non solo distingue la struttura dai suoi concorrenti ma costruisce anche un legame emotivo profondo con i clienti, rafforzando il brand e affermando il suo ruolo nell'avanguardia del turismo eco-responsabile, come dimostrato da Airbnb i cui utenti preferiscono alloggi eco-sostenibili, Airbnb ha lanciato l'Ufficio del Turismo Salutare per promuovere il turismo locale, autentico e sostenibile.

L'88% degli host Airbnb adotta pratiche verdi, come l'uso di prodotti di pulizia ecologici, il riciclaggio, l'incoraggiamento all'uso dei trasporti pubblici o la fornitura di biciclette. Inoltre, il 66% degli ospiti Airbnb del 2017 ha affermato che i benefici ambientali della condivisione domestica sono stati importanti nella scelta del loro soggiorno

Vediamo una panoramica sulle certificazioni ambientali utili per Villa Crisci B&B.

- **Ecolabel UE:** questa certificazione è riconosciuta in tutta l'Unione Europea e attesta che la struttura rispetta elevati standard ambientali. Villa Crisci, in quanto struttura immersa nella natura, può facilmente ottenere questa certificazione, adottando misure volte alla riduzione dei consumi energetici e idrici, alla gestione dei rifiuti e alla tutela della biodiversità.
- **Legambiente Turismo:** questa certificazione è riconosciuta in Italia e attesta l'impegno della struttura per la sostenibilità ambientale. Villa Crisci può ottenere questa certificazione dimostrando di adottare misure concrete per ridurre il proprio impatto ambientale, come l'utilizzo di energia rinnovabile, la riduzione dei consumi energetici e idrici e la gestione dei rifiuti.

Queste due certificazioni sono le più adatte a Villa Crisci perché:

- Sono riconosciute dal target di riferimento della struttura, ovvero i viaggiatori interessati all'ecoturismo.
- Sono in linea con gli obiettivi della struttura in termini di sostenibilità ambientale.
- Hanno costi accessibili per la struttura.

In particolare, l'Ecolabel UE è la certificazione più completa e rigorosa, ma è anche la più costosa. La certificazione Legambiente Turismo è meno costosa, ma è comunque una valida alternativa per le strutture che vogliono dimostrare il proprio impegno per la sostenibilità ambientale.

**Ecolabel UE** : i costi per ottenere l'Ecolabel UE sono i seguenti:

- Diritti d'istruttoria: 1.200 euro per le grandi imprese, 600 euro per le PMI e 350 euro per le microimprese.
- Diritti annuali per l'utilizzo del marchio: 0,15% del volume annuale delle vendite all'interno dell'Unione Europea.

Per un B&B con un volume annuale delle vendite di 100.000 euro, i costi totali per ottenere l'Ecolabel UE sarebbero i seguenti:

- Diritti d'istruttoria: 1.200 euro
- Diritti annuali per l'utilizzo del marchio: 1.500 euro

**Legambiente Turismo**: i costi per ottenere la certificazione Legambiente Turismo sono i seguenti:

- Contributo di valutazione: 1.000 euro
- Contributo annuale di gestione: 500 euro

Per un B&B, i costi totali per ottenere la certificazione Legambiente Turismo sarebbero i seguenti:

- Contributo di valutazione: 1.000 euro
- Contributo annuale di gestione: 500 euro

In conclusione, i costi per ottenere le due certificazioni ambientali citate sono i seguenti:

- Ecolabel UE: 2.700 euro per il primo anno, 1.500 euro per gli anni successivi.
- Legambiente Turismo: 1.500 euro per il primo anno, 500 euro per gli anni successivi.

### **COMPETITOR ATTENTO ALLA SOSTENIBILITA'**

Tra i competitor diretti di Villa Crisci che nutrono particolare attenzione alla sostenibilità c'è **VILLA ACTEA**, un complesso che offre sia stanze che appartamenti

a 250 m dalla spiaggia, ha ricevuto una valutazione di 5.0 su 5 su TripAdvisor, con 25 recensioni eccellenti e 1 molto buona.

La media delle valutazioni per Villa Actea, calcolata in base alle diverse categorie di recensioni, è di 9.26 su 10. Questo punteggio alto indica che gli ospiti generalmente hanno avuto esperienze molto positive presso questa struttura, lodando vari aspetti come pulizia, comfort, servizi e posizione.

Inoltre, Villa Actea è stata riconosciuta per i suoi sforzi verso una maggiore sostenibilità, aderendo al programma "Travel Sustainable" e ottenendo un punteggio alto per la sua posizione (9.2), indicando che è molto apprezzata per la sua ubicazione vicino a Vasto Marina

Il programma "Travel Sustainable" è un'iniziativa lanciata da Booking.com per aiutare i viaggiatori a scoprire e prenotare alloggi sostenibili in tutto il mondo. Questo programma riconosce e promuove le strutture ricettive che adottano pratiche sostenibili, contribuendo a ridurre il loro impatto ambientale e a promuovere il turismo responsabile.

Le strutture che fanno parte del programma "Travel Sustainable" si impegnano in diverse azioni a favore della sostenibilità, che possono avere un impatto positivo sia ambientale che sociale. Queste azioni includono:

- Riduzione del consumo di energia e acqua: Implementare soluzioni per ridurre il consumo di energia e acqua, come l'uso di fonti di energia rinnovabile, l'installazione di sistemi di illuminazione a basso consumo energetico e la promozione di pratiche di risparmio idrico.
- Gestione dei rifiuti: Adottare politiche per ridurre, riutilizzare e riciclare i rifiuti, minimizzando l'impatto ambientale.
- Uso di prodotti e materiali sostenibili: Preferire prodotti e materiali eco-compatibili, biodegradabili o riciclati.
- Promozione della biodiversità e tutela dell'ambiente locale: Proteggere l'ambiente circostante e sostenere la biodiversità attraverso pratiche come la conservazione dell'habitat naturale e il supporto a progetti di conservazione locale.
- Supporto alle comunità locali: Contribuire allo sviluppo sostenibile delle comunità locali, ad esempio tramite l'acquisto di prodotti locali, la promozione del turismo responsabile o il supporto a iniziative sociali locali.

Altri esempi in altre località come Austria, Slovenia, Barcellona e Toscana mostrano B&B e strutture ricettive che combinano architettura di charme con sostenibilità.

- L'uso di materiali naturali locali, tecnologie sostenibili e cibo a chilometro zero sono alcuni degli aspetti chiave.
  - Strutture come il Travel Charme Bergresort in Austria e il Podere di Pomaio in Toscana offrono un'esperienza di soggiorno che integra lusso, design e rispetto per l'ambiente
- 

## ESPERIMENTI DI CONVALIDA

Gli esperimenti di convalida sono un insieme di metodi e test progettati per verificare e validare le ipotesi di business.

Questi esperimenti sono cruciali per le startup, poiché permettono di determinare se un'idea di prodotto o servizio ha un reale potenziale di mercato prima di investire risorse significative. Ecco alcuni aspetti chiave degli esperimenti di convalida:

- **Verifica delle Ipotesi di Business:** Ogni startup si basa su certe ipotesi, come la necessità di un prodotto, la disponibilità del mercato a pagare, il modello di business e i canali di marketing. Gli esperimenti di convalida servono a testare queste ipotesi.
- **Minimum Viable Product (MVP):** Un MVP è una versione semplice del prodotto che viene lanciata per testare se il mercato target trova valore nel prodotto. Il feedback dei clienti sull'MVP fornisce dati vitali per migliorare e perfezionare il prodotto.
- **Test A/B:** Si tratta di comparare due versioni di un prodotto o servizio per vedere quale funziona meglio. Questo è comunemente utilizzato nelle startup digitali per ottimizzare i siti web, le app e le strategie di marketing.
- **Customer Interviews and Surveys:** Intervistare i potenziali clienti o condurre sondaggi può fornire informazioni preziose sulle loro esigenze, preferenze e sulla loro disponibilità a pagare per il prodotto o servizio.
- **Analisi del Mercato e della Concorrenza:** Comprendere il mercato target e analizzare i concorrenti aiuta a validare l'unicità e la competitività dell'offerta della startup.
- **Pivot:** Basandosi sui risultati degli esperimenti di convalida, una startup potrebbe decidere di fare un pivot, cioè cambiare significativamente la sua



strategia, modello di business o prodotto in risposta ai feedback e alle scoperte ottenute.

- **Metriche Chiave e Indicatori di Performance:** Identificare e monitorare le metriche chiave (KPI) che dimostrano il successo o il fallimento dell'idea di business.

Dunque gli esperimenti di convalida sono essenziali per ridurre il rischio e assicurarsi che la startup investa in un'idea che abbia un vero potenziale di successo nel mercato

Qui di seguito sono stati pensati alcuni esperimenti adatti al progetto di Villa Crisci B&B di Charme a Vasto:

### 1) **Collaborazione con Influencer e Creazione di Contenuti Interattivi**

- La collaborazione con influencer non si limita solo all'aumento della visibilità, ma si estende alla creazione di contenuti interattivi e coinvolgenti che promuovono un'esperienza immersiva di Villa Crisci.
- **Descrizione dell'esperimento:** Selezionare influencer con un focus su stili di vita sostenibili e viaggi autentici. Invece di un semplice soggiorno, gli influencer saranno coinvolti in attività uniche come lezioni di cucina locale, escursioni guidate e ritiri di benessere. I contenuti prodotti includeranno vlog, Instagram Stories interattive e live streaming, coinvolgendo direttamente i follower in un'esperienza narrativa.
- **Metriche di successo:** Oltre alle metriche standard come l'aumento delle prenotazioni e l'engagement, includere misure come il numero di visualizzazioni dei contenuti interattivi, il grado di partecipazione degli utenti nelle attività proposte (es. sondaggi, quiz) e il feedback qualitativo dei follower.

### 2) **Campagna Google Ads con Targeting Geografico e Contestuale**

- Una campagna Google Ads mirata geograficamente e contestualmente porterà a una qualità migliore di lead, interessati non solo alle ville di charme ma anche a esperienze specifiche offerte nella regione di Vasto.
- **Descrizione dell'esperimento:** Oltre alle parole chiave generali, utilizzare targeting geografico e contestuale per raggiungere persone che cercano esperienze specifiche come "antico Abruzzo" o "ritiri di benessere in Italia". Implementare hashtag dinamici che si adattano alle ricerche specifiche degli utenti, mostrando elementi personalizzati dell'esperienza Villa Crisci.



- **Metriche di successo:** Valutare il CTR e il tasso di conversione, con attenzione al ROAS. Includere anche analisi qualitative come il tempo trascorso sul sito dopo aver cliccato sull'annuncio e le pagine visitate, per comprendere meglio l'interesse degli utenti.

### 3) Campagna di Email Marketing Personalizzata con Elementi di Gamification

- Le email marketing personalizzate che includono elementi di gamification aumenteranno l'engagement e le prenotazioni, creando un'esperienza più memorabile e coinvolgente per i destinatari.
- **Descrizione dell'esperimento:** Implementare una campagna email che integra elementi di gioco come quiz su Vasto, concorsi fotografici o sfide di viaggio con premi come sconti o extra durante il soggiorno. Utilizzare la segmentazione per personalizzare ulteriormente il contenuto in base alle preferenze passate e agli interessi dei destinatari.
- **Metriche di successo:** Monitorare il tasso di prenotazione e il coinvolgimento nelle attività di gamification (partecipazione ai quiz, invii di foto, ecc.). Includere il tasso di apertura e il CTR, oltre al feedback diretto dei destinatari sulle loro impressioni della campagna.

Questi esperimenti servono a testare le migliori strategie per rafforzano l'immagine della Villa e creare fenomeni di mercato.

---

## IDEE DI GUERRILLA MARKETING

Il Guerrilla Marketing è una strategia di marketing non convenzionale che si concentra sull'utilizzo di tattiche creative, inaspettate e a volte scioccanti per catturare l'attenzione del pubblico. Questo tipo di marketing è spesso impiegato da aziende con budget limitati, poiché si basa più sull'ingegnosità, la creatività e l'effetto sorpresa che su grandi investimenti finanziari. Di seguito troviamo alcune caratteristiche che lo distinguono dalle strategie di mrk tradizionale:

1. **Costi Bassi e Creatività Elevata:** Il Guerrilla Marketing richiede spesso un budget minimo, ma una grande dose di creatività e innovazione.
2. **Effetto Sorpresa:** Questa forma di marketing punta a sorprendere il pubblico, creando un impatto memorabile e spesso virale.
3. **Ambienti Non Tradizionali:** Le campagne di Guerrilla Marketing si svolgono spesso in luoghi pubblici, strade, parchi e altri spazi non convenzionali.



4. **Interazione Diretta:** Queste campagne tendono a interagire direttamente con il pubblico, spesso in maniera personale e coinvolgente.
5. **Virilità:** Le campagne di Guerrilla Marketing sono progettate per essere condivise, spesso diventando virali sui social media e nelle conversazioni.

### Partnership commerciale locale e ospitalità di eventi

**Campagna:** Collaborare con aziende locali (ristoranti, operatori turistici, ecc.) per offrire pacchetti esclusivi. Organizzare una serie di eventi di alto profilo nel giardino della villa, invitando influencer locali, organizzatori di eventi e la stampa per creare un po' di interesse. **Costo max:** Circa 4.000,00 euro per l'allestimento dell'evento, le collaborazioni e i servizi gratuiti.

### Viaggi per influencer

**Campagna:** Invitate gli influencer di viaggio a trascorrere un soggiorno gratuito in cambio della copertura dei social media. Rivolgetevi a influencer con follower che corrispondono al profilo ideale dell'ospite della villa. **Costo max:** Circa 1.000,00 euro per i soggiorni degli influencer (a copertura di potenziali mancati introiti) e per le esperienze aggiuntive da presentare.

### Arte di strada e integrazione della cultura locale

**Campagna:** Commissionate a un artista locale la creazione di opere per il giardino della Villa, che riporti elementi della cultura e della storia di Vasto. Questo può diventare uno spot fotografico per i turisti, promuovendo indirettamente la villa. **Costo max:** Circa 3.000,00 dollari per le spese dell'artista e i materiali.

### Flash Mob e passeggiata in costume d'epoca

**Campagna:** Organizzare un flash mob in una zona popolare di Vasto, con i partecipanti che indossano il merchandising del marchio e dei costumi che ne richiamano l'epoca, o in alternativa creare degli schermi mobili umani che portino in giro video e rendering della struttura di Villa Crisci. L'evento dovrebbe essere filmato e condiviso sui social media per diventare virale. **Costo max:** Circa 1.000,00 euro per l'organizzazione, il merchandising e la produzione del video.

Il costo di ogni campagna è una stima e può variare in base all'entità e alle trattative con i fornitori. L'efficacia di ogni campagna verrà misurata per determinare la CAC effettiva dopo l'esecuzione.

## **PROGRAMMI DI RESPONSABILITÀ SOCIALE**

Includere iniziative di responsabilità sociale che coinvolgono la comunità locale potrebbe aumentare il valore del brand.

La responsabilità sociale d'impresa (RSI) è un approccio strategico che considera gli impatti economici, sociali e ambientali delle attività di un'impresa. Gli obiettivi della RSI sono quelli di creare valore per l'impresa, per i suoi stakeholder e per la società nel suo insieme.

L'inclusione di iniziative di responsabilità sociale che coinvolgono la comunità locale può aumentare il valore del brand di Villa Crisci in diversi modi. Innanzitutto, può contribuire a migliorare la reputazione della struttura agli occhi dei suoi ospiti e dei suoi stakeholder. In secondo luogo, può aiutare Villa Crisci a costruire relazioni più forti con la comunità locale, che può portare a nuove opportunità di business e di marketing. Infine, può contribuire a creare un impatto positivo sul territorio, che può essere valorizzato anche dal punto di vista economico.

Villa Crisci potrebbe partecipare a queste iniziative o avviare iniziative proprie che coinvolgono la comunità locale. Ad esempio, la struttura potrebbe:

- Organizzare eventi e attività culturali e sociali per la comunità locale.
- Sostenere le associazioni locali che operano nel sociale e nell'ambiente.
- Offrire tirocini e stage agli studenti e ai giovani del territorio.
- Collaborare con le aziende locali per promuovere l'economia locale.

### **Ecco alcuni esempi specifici di iniziative che Villa Crisci potrebbe avviare:**

- Un progetto di volontariato per coinvolgere gli ospiti della struttura in attività di volontariato nella comunità locale.
- Un progetto di educazione ambientale per sensibilizzare gli ospiti della struttura alla tutela dell'ambiente.
- Un progetto di inclusione sociale per promuovere l'integrazione delle persone con disabilità.



## NORMATIVE

Oltre all'ordinaria documentazione fiscale necessaria all'attività ci sono da tenere in conto anche i seguenti aspetti:

- **Legislazione sugli affitti a breve termine:** Le modifiche alle leggi sugli affitti a breve termine potrebbero avere un impatto sulle operazioni, in particolare se la villa è elencata nelle agenzie di viaggio online (OTA).
  - **Registrazione e permessi:** Ottenere i permessi necessari per la ristrutturazione e la gestione di un'attività ricettiva.
  - **Conformità alla sicurezza:** Ispezioni regolari della sicurezza e rispetto dei protocolli di sicurezza antincendio e di emergenza.
  - **Accessibilità:** Assicurarsi che la villa soddisfi i requisiti di accessibilità per gli ospiti disabili.
  - **Assicurazione:** Mantenere un'adeguata copertura assicurativa per proprietà, responsabilità civile e interruzione dell'attività.
  - **Tenuta dei registri:** Tenuta accurata dei registri per le transazioni finanziarie, le registrazioni degli ospiti e la conformità alle leggi fiscali.
  - **Regolamenti di marketing:** Aderire a pratiche di marketing eque e alla trasparenza dei prezzi come richiesto dalle leggi sulla protezione dei consumatori.
  - **Protezione dei dati:** È obbligatorio il rispetto del Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) per il trattamento dei dati personali degli ospiti.
  - **Salute e sicurezza:** È richiesta l'osservanza delle norme in materia di salute e sicurezza, compresa la sicurezza alimentare se vengono forniti i pasti
-

Dall'analisi di mercato emerge come unicità di Villa Crisci quella di avere un ampio spazio all'aperto vista mare, la vicinanza alla spiaggia ai servizi e trasporti, e la conservazione estetica del 1800.

Per quanto ci siano altre attività che puntano sull'alloggio d'epoca queste si trovano per la maggior parte nel centro storico e quindi non permettono l'immediato accesso al mare.

Sicuramente sia il settore Charme che l'obiettivo di rendimento al 70% dell'occupabilità della struttura necessitano un forte investimento nella gestione ed un chiaro piano operativo, ma dai dati se questo viene perseguito la realizzazione di un profitto e creazione di un brand solido sono possibili con chiare evidenze di mercato.