

## ■ I NOSTRI SERVIZI - Educational tour

**L'educational tour è un momento di commercializzazione del prodotto turistico che si svolge per mezzo dell'intermediazione.**

Esso consiste in un evento da noi organizzato e gestito che mira a far conoscere ai potenziali buyers il territorio e le sue risorse strutturali e gestionali attraverso un'accurata e dettagliata visita guidata. Il territorio, comprensivo delle molteplici eccellenze che lo caratterizzano, rappresenta il protagonista assoluto di un valore capace di attrarre non soltanto flussi di viaggiatori ma anche possibili investitori. Il buyer ha perciò l'occasione di conoscere, relazionarsi e valutare personalmente ogni opportunità per la sua impresa.

*Un educational tour dura in media 4 giorni, solitamente dal giovedì alla domenica.*

*Nel creare l'itinerario sarà necessario tenere conto dei diversi fattori che possono variare in base agli obiettivi primari precedentemente stabiliti (es. il target, ecc...)*

Alcuni nozioni importanti:

L'educational tour è un'azione di marketing territoriale.

La scelta dell'itinerario deve essere inerente agli accordi presi tra imprenditori il cui obiettivo è quello di dare visibilità all'area geografica che li circonda, come possibile destinazione.

La scelta dei buyers si basa su fattori legati all'area geografica e/o al tema trattato.

Una volta chiarito questo aspetto, l'organizzatore dell'Educational Tour dovrà:

- realizzare un'indagine e un incontro tra i possibili partners (pubblici e privati);
- analizzare accuratamente le statistiche sugli arrivi e le presenze provenienti da quella determinata area geografica o settore;
- valutare le indicazioni di mercato (analisi economica del paese che costituisce la domanda) fornite solitamente dalla DMI.
- valutare i collegamenti (aerei, treni, autostrade);
- analizzare il valore del brand, ovvero la destinazione che si vuole promuovere in quella nazione o regione;
- ottenere un rapporto sulla comunicazione pubblicitaria eseguita dalla Regione in quella determinata area;
- ascoltare alcuni buyers "campione" sulle opportunità che potrebbero concretizzarsi.