



Terre Maceratesi

www.terremaceratesi.it

■ I NOSTRI SERVIZI - Obiettivi

Lo scopo prioritario è quello di far **apprezzare il brand turistico** proposto, rafforzandone l'immagine e l'identità.

Per arrivare a tale scopo, è necessario:

- **svolgere pubblicità di immagine, giocando sulle emozioni e mirando a creare o rafforzare atteggiamenti positivi;**
- **attrarre nuove generazioni di turisti;**
- **abbattere i costi di promozione di ogni singolo ente, agenzia, società, struttura ricettiva, ecc... attraverso un network di relazioni;**
- **promuovere le risorse strutturali e gestionali della destinazione in maniera unitaria e sinergica;**
- **ricercare la coincidenza tra identità e immagine della destinazione attraverso la veicolazione dei propri segni distintivi (storia, cultura, tradizioni, territorio);**
- **presentare un'offerta turistica completa, in grado di raggiungere tutti i possibili target di clientela;**
- **creare, se possibile, nuove collaborazioni tra enti pubblici (Regioni, Province, Comuni, STL, Camere di Commercio, ecc...) e privati (Agenzie di Viaggio, Associazioni di Operatori, Consorzi, Cral, ecc...);**
- **instaurare nuovi rapporti commerciali con Tour Operator e altri soggetti specializzati nel settore turistico;**
- **presentare un prodotto turistico adeguato al mercato di riferimento;**
- **aumentare l'interesse nei confronti della destinazione in questione, al fine di accrescere le presenze all'interno delle strutture ricettive, delle strutture del comparto ristorativo, enogastronomico, del commercio e delle filiere in genere;**
- **favorire l'inserimento nei cataloghi dei partners acquisiti, fornendo loro supporto per la collocazione dei prodotti;**
- **sorprendere il consumatore nei momenti e nei luoghi nei quali non è predisposto ad estraniarsi e a rifiutare la pubblicità.**

Per soddisfare le esigenze del mercato è necessario creare occasioni di incontro tra domanda e offerta attraverso azioni possibilmente personalizzate e originali.

Molte sono le imprese e le amministrazioni pubbliche che adottano il concetto di "**Integrated Marketing Communication**" (**IMC, ossia Comunicazione Integrata di Marketing**), basata sull'attenta integrazione e coordinamento dei molteplici canali della distribuzione.

Essa ha lo scopo di trasmettere un messaggio chiaro, coerente e convincente sia al potenziale consumatore, sia all'intermediazione stessa.

Questo rappresenta un processo complesso ed articolato che varia da offerta a offerta, in base al livello acquisito del brand, delle risorse disponibili, della domanda, del target e di molti altri fattori.