

# USP nel turismo: UTP (Unique Travel Proposition)

Probabilmente chi è vicino al mondo del marketing ha già sentito parlare del concetto di **USP** (*Unique Selling Proposition – Proposta unica di Vendita*).

È un principio sviluppato da *Rosser Reeves*, pubblicitario statunitense negli anni 40 ed è adesso associato, soprattutto, al mondo del web.

Per chi non lo sapesse è **il tratto distintivo, una caratteristica unica di un prodotto/servizio (e quindi dell'azienda) che lo differenzia e distingue dalle aziende concorrenti.**

Secondo Reeves, infatti:

- ogni campagna pubblicitaria deve proporre un beneficio unico per il consumatore che la concorrenza non offre
- il beneficio deve essere così vantaggioso da poter spingere milioni di consumatori all'acquisto. Aggiungerei, anche se sono migliaia va bene lo stesso !!

## USP e Web

La USP è trasmessa grazie ad una frase mediamente corta.

**È il messaggio centrale che identifica il vostro brand durante una campagna marketing.**

Deve essere un messaggio così "potente" da far venire ad un utente il desiderio di sapere di più della tua attività e offerta.

Devi fare trasmettere ai visitatori dei tuoi canali aziendali il messaggio che rappresenti la soluzione a un "problema", soddisfare quindi i loro bisogni e desideri. **L'importante è quello di essere sempre sinceri**

Può apparire:

- nel sito aziendale
- nelle campagne pubblicitarie
- nei social media

Esempi:



- **M&M's** : *Si sciolgono in bocca, non in mano*
- **Domino's Pizza** *Pizza consegnata in 30 minuti, altrimenti è gratis.*

Tanto per non far mancare un po' di autoreferenzialità.

- **Appunti Turismo** *Il Blog per i (futuri) professionisti del Turismo*

## **Unique Travel Proposition**

Tornando al settore turistico, il concetto di USP è associato a quello di **UTP** (*Unique Travel Proposition*). In riferimento ad una destinazione

turistica, si parla specificatamente di **UDP** (*Unique Destination Proposition*)

Riassumiamo il concetto e applichiamo al mondo del turismo.

L'*UTP* ha queste caratteristiche:

- è espressa da una frase più o meno breve evocativa di un'idea che identifica le peculiarità di un prodotto/servizio o attività.
- riassume i benefici o i motivi perchè le persone devono affidarsi ad una determinata azienda
- ciò che viene promesso deve essere credibile e veritiero
- soprattutto nel settore turistico, è associata ad un'immagine/video che suscita delle emozioni.

## **L'identificazione dell'USP nel turismo**

Definire l'USP della propria attività turistica richiede una profonda analisi e sviluppo creativo. **Non è la creazione di un semplice slogan.**

Inizia analizzando i tuoi competitor e individua il *vantaggio competitivo*

## **Vantaggio Competitivo**

Il vantaggio competitivo è quella caratteristica e/o quel servizio/prodotto che un'azienda ha in più rispetto ai propri competitor, che le consente di attirare più clienti e quindi maggiori profitti.

## Consiglio

- *Elenca i principali vantaggi che la tua azienda offre, dal più al meno rilevante.*
- *Osserva la concorrenza e ti sarà più chiaro quali sono i tuoi punti di forza. Durante quest'operazione ti può essere utile attuare un'**Analisi Swot***

Partendo da tutto questo crea un'identità unica.

## Esempi USP nel turismo

Dopo aver individuato il significato e l'utilità nel web marketing di una *USP*, adesso, vi mostrerò alcuni esempi nel settore turistico:

1. *What happens here, Only happens here* (Ciò che accade qui, accade solo qui) **Riferito alla città di Las Vegas**: Trasmette la frenesia, l'unicità e gli eccessi della destinazione.
2. *Sicily, your happy Island*, **utilizzato da Visit Sicily**, l'ente promotore ufficiale della regione Sicilia.



your happy island

Come si può vedere nell'immagine, sono stati utilizzati diversi colori, non casuali, infatti: il **giallo** rappresenta il sole, il **blu**, l'acqua del mare, **due sfumature di arancione** per gli agrumi, il **verde**, gli

alberi e la natura in generale, il **rosso** ,  
ovviamente "il fuoco" (il magma)  
dell'Etna.

3. *Un'oasi di lusso nel cuore della Valle dei Templi* utilizzata dall'**Hotel Villa Athena di Agrigento**. Dall'USP, si deduce facilmente che trattasi di una struttura ricettiva di lusso (5\*) nella valle dei Templi.

Adesso, se già non lo avete fatto, ideate l'USP della vostra attività. Vi sarà molto utile per impostare l'intera campagna marketing e quindi per aumentare la vostra Brand Reputation.

Se avete dei dubbi o desiderate dei suggerimenti, contattatemi senza alcun'esitazione.