

Web marketing per guida e accompagnatore turistico

SEO e *web marketing* in generale, (Social Media, Email Marketing, blogging) possono essere fondamentali non solo per la promozione di Agenzie di Viaggi, TO, strutture ricettive ma anche per le destinazioni e i professionisti del settore.

Il web marketing mette a disposizione dei professionisti del turismo, potenti strumenti per costruire una *web reputation* e per raggiungere, tra l'altro, l'obiettivo di diventare una figura di riferimento per un determinato ambito e territorio

Se vuoi implementare una strategia vincente alla tua attività

[Scopri i servizi di web marketing](#)

Una guida turistica o accompagnatore turistico, grazie al web può:

- **procurarsi nuovi clienti ma anche fidelizzare quelli passati**
- **nuove collaborazioni con agenzie di viaggio TO**
- **promuovere le proprie attività e "raccontarsi"**

Il sito web di una Guida o Accompagnatore Turistico



Avere un sito per la propria attività è molto importante. Nel caso di una guida turistica o accompagnatore, in molti pensano che sia necessario solo avere un profilo di Facebook o Instagram. Non è così.

Clicca il link di seguito [se vuoi realizzare un sito web vincente](#)

Un sito curato graficamente e con altri accorgimenti, può diventare un mezzo determinante per raggiungere gli obiettivi elencati poco prima.

Risultare nelle prime posizioni su Google e negli altri motori di ricerca per ricerche utili per il proprio business, vi assicuro è sempre una bella soddisfazione e come ben si può immaginare, **aumenta esponenzialmente le possibilità che gli utenti ti contattino.**

In ogni sito è importante il contenuto. Scrivere ciò che gli utenti stanno ricercando in un determinato momento.

Bisogna mettersi nei panni dei potenziali viaggiatori e comprendere quali possano essere le loro esigenze e i desideri.

Entra così in gioco la *SEO* che ha come obiettivo principale indicizzare al meglio un sito e le corrette keyword nelle prime posizioni dei motori di ricerca . Ho parlato proprio di questo nell'articolo [Seo e Turismo](#)

Quali contenuti produrre

In un sito web, un Accompagnatore o una Guida Turistica deve realizzare una presentazione personale, professionale e che **ispiri fiducia**.

Raccontate voi stessi e il territorio dove esercitate la professione in modo equilibrato e veritiero:

- Una guida turistica può raccontare i segreti e le attrazioni di un luogo.
- Un accompagnatore può trattare gli aspetti tecnici: miglior periodo per visitare un paese, come muoversi con i trasporti pubblici, passaporto, visti, etc.

Storytelling



Sia nel caso di un sito che dei social, gioca un ruolo importante lo ha lo storytelling: **una narrazione del territorio che emoziona in cui l'elemento umano è protagonista assoluto della storia.**

In Appunti Turismo puoi trovare un [approfondimento sullo storytelling e storyliving e turismo](#)

I Social Media e le app di messaggistica

Non approfondirò in questo post quali sono i vantaggi di usare i social media. Ho già affrontato questo argomento nell'articolo riferito alla [promozione di un'agenzia di viaggio/TO](#) ma utile anche in questo caso.

Quello su cui mi vorrei soffermare adesso, è un iter che probabilmente Accompagnatori turistici, Guide e gli operatori turistici attuano poco.

Prima del viaggio/attività

Di cosa sto parlando? Nel momento in cui i clienti hanno confermato la loro partecipazione in un'escursione, un tour etc, possiamo **instaurare con loro un rapporto prima ancora di conoscerli di persona.** Come? Ci vengono in soccorso i social e le app di messaggistica: **possiamo**

creare un gruppo su Whtasapp, Telegram o su Facebook con tutti i partecipanti.

É una mossa che serve per creare il **giusto clima prima della partenza o fruizione del servizio** e dare informazioni supplementari, ad esempio, sull'itinerario, su cosa si andrà a visitare e le attività previste.

Dopo il viaggio/attività

Dopo un tour/escursione non" lasciate che i partecipanti finiscano nel dimenticatoio.

Proprio adesso è il momento di fidelizzare i clienti.

Le app di messaggistica e i social media, insieme all'email marketing, sono fondamentali nel processo di fidelizzazione di un cliente. Potete aggiornarli sulle vostre attività e magari proporre offerte per premiare la loro fedeltà.

In merito a quest'argomento vi consiglio di leggere **[l'articolo sull'Inbound Marketing Turistico](#)**

I social e le dirette

Come si può intuire dal titolo del paragrafo mi soffermerò a fare delle considerazioni sulle dirette, ad esempio di *Facebook* e *Instagram*.

Una diretta social durante un tour, ovviamente chiedendo il permesso ai partecipanti del gruppo, **si può rivelare uno degli strumenti più funzionali per lo storytelling e la promozione.**

Bisogna produrre contenuti originali e coinvolgenti. L'obiettivo primario è quello di ottenere like , condivisioni e altri tipi di interazione.

Le dirette devono far venire l'acquolina in bocca e far si che il potenziale cliente pensi "anch'io voglio vivere quest' esperienza" .

I social non sono (solo) una vetrina



Navigando tra i vari social sia di agenzie di viaggio che professionisti del settore turistico, ho notato che molti li considerano unicamente come una mera vetrina dove pubblicare le proprie offerte. Non è assolutamente così.

Si possono anche pubblicare post che riguardano:

- **il racconto della propria attività:** presentare altri eventuali componenti dello staff, se si partecipa fiere, se si è ricevuto un premio, etc.
- **il territorio :** curiosità foto, aneddoti , video , foto.

Un ultimo consiglio è quello di non restare indietro, segui un corso di web marketing, Social Media e di SEO .

Ovviamente, sono disponibile a darvi dei consigli e delle dritte per eccellere e farvi notare nel web.

Scrivete un commento o contattatemi in privato.