



WEB in TOURISM

ALL'INTERNO DELL'EVENTO
IL WORKSHOP CON I MIGLIORI FORNITORI
DI TECNOLOGIA PER IL TURISMO

IL LARGE EVENT DEDICATO ALLE TENDENZE
E AGLI SVILUPPI DEL TURISMO ON-LINE

4^o ANNO

INTERNET PER I PROFESSIONISTI DEL TURISMO

MILANO 28 MAGGIO 2009

Enterprise Hotel - Corso Sempione, 91

👉 UN'AGENDA DI RELATORI UNICA

👉 TRE AREE TEMATICHE DI APPROFONDIMENTO:

- SVILUPPO DEL FATTURATO
- WEB 2.0
- GESTIONE DEL BUDGET

PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSOR



ESPOSITORI



MAIN SPONSOR



VERTICALBOOKING

UN PROGETTO

Job in TOURISM

CON IL PATROCINIO DI



CON LA PARTECIPAZIONE DI



MEDIA PARTNER



SI RINGRAZIA



I TAG: LE AREE DI APPROFONDIMENTO

SVILUPPO DEL FATTURATO

Gli strumenti che internet ci regala per poter combattere la nostra quotidiana battaglia con il fatturato sono molteplici. Booking engine, canali distributivi, e-mail marketing, search marketing e advertising, solo per citarne alcuni.

E-mail marketing: probabilmente è uno dei primi strumenti utilizzati su internet per generare revenue. L'e-mail marketing può essere uno strumento molto potente per generare reddito, ma anche un feroce "auto goal" se praticato in modo troppo artigianale. Insieme ad un professionista del settore con un forte background su aziende turistiche capiremo come gestire new business e fidelizzazione senza commettere errori.

Opportunità da cogliere:

- gli elementi che oggi fanno parlare di "crisi del turismo";
- qual è il rapporto tra web e turismo, guardando ad esempio l'indice di ricerche di turismo effettuate su Google;
- quali sono gli strumenti web-based che gli operatori di settore dovrebbero conoscere per promuoversi online;
- le strategie di utilizzo delle piattaforme tecnologiche basate sulle diverse esigenze degli operatori di settore, da quelle essenziali alle più sofisticate (es: interazione con la community, UGC).

WEB 2.0

Il 2.0 è uno di quegli approcci che richiede molta attenzione. 2.0 è un termine molto trendy e proprio per questa ragione

riteniamo di dover fare sempre più chiarezza e approfondire alcune logiche decisive per chi opera nel turismo.

Azioni di comunicazione: sempre più aziende turistiche, hotel e agenzie, aprono pagine su social network per migliorare la propria presenza sul web. La proattività degli operatori del turismo è giusta, per questo vogliamo fornire attraverso un intervento altamente qualificato le informazioni principali per essere sicuri di adottare azioni coerenti, anche sui social network.

Reputazione on-line: i social network permettono sempre più di esprimere pareri e punti di vista, delle volte piacevoli e gratificanti, altre volte dannosi. Esiste un modo per gestire la nostra reputazione on-line? Lo scopriremo concretamente insieme ad uno dei principali social network turistici al mondo.

GESTIONE DEL BUDGET

Hotel singoli o di catena, tour operator ed agenzie, tutti sono accomunati da un aspetto: dover rispondere e far fruttare il budget investito. Come comprendere qual è il Roi del nostro piccolo o grande investimento?

Investito bene? Questa è la domanda alla quale risponderemo: come valutare se il nostro investimento è stato adeguato. Vi saranno spiegate dai massimi esperti nella valutazione dei Kpi sulla rete come valutare il vostro investimento su internet per capire di conseguenza come massimizzare l'investimento.

CHI NON DEVE MANCARE

- General Manager
- Responsabili Comunicazione
- Albergatori
- Revenue Manager
- Vicedirettori Hotel
- Direttori hotel
- Responsabili Tour Operator
- Marketing Manager
- Rappresentanti di compagnie alberghiere
- Web Marketing Manager

UN'OCCASIONE PER COMPRENDERE COME

- Creare business con l'e-mail marketing
- Gestire la propria reputazione on-line
- Sviluppare le prenotazioni via web
- Anticipare le tendenze della rete
- Stimolare le vendite grazie alle piattaforme tecnologiche
- Usare gli strumenti di web 2.0

RELATORI



FRANCESCO BARBARANI
Consigliere IAB
Country Manager
Fox Interactive Media /
MySpace



GIULIA EREMITA
Country Manager
Trivago Italia



NICOLA GRASSETTO
Direttore Commerciale
Time2Marketing



MICHELE GILIBERTI
Sales Manager
Microsoft Advertising
Italia



ROBERTO BRENNER
Industry Leader Travel
e Automotive Google
Italy



ALBERTO GUADALUPI
Presidente
Vertical Booking



MARCO BALDAN
Direttore Generale
Nozio



ANDREW MORSI
CEO Rate Tiger



MODERATORE
DENNIS ZAMBON
Direttore di Area
Atahotels

PROGRAMMA

8.45 REGISTRAZIONE PARTECIPANTI

9.15 INTRODUZIONE A CURA DEL MODERATORE

9.30 **COME COSTRUIRE AZIONI 2.0 COERENTI ATTRAVERSO I SOCIAL NETWORK**
Web 2.0 *Imparare ad usare il web 2.0 per creare profitti e non per seguire una moda*
Francesco Barbarani - Consigliere IAB e Country Manager MySpace Italia

9.50 **REPUTATION MANAGEMENT**
Web 2.0 *Ovvero come gestire la nostra reputazione sul web e migliorare le nostre vendite*
Giulia Eremita - Country Manager Trivago Italia

10.10 PREMIAZIONE TOURISM WEB AWARDS 2009 PER I MIGLIORI SITI INTERNET TURISTICI

10.30 COFFEE BREAK E INCONTRI CON LE AZIENDE

11.00 **ABBIAMO INVESTITO BENE IL NOSTRO BUDGET ON-LINE?**
Gestione del budget *Come valutare il ritorno sugli investimenti in comunicazione digitale*
Michele Giliberti - Sales Manager Microsoft Advertising Italia

11.20 **E-MAIL MARKETING TRA NEW BUSINESS E FIDELIZZAZIONE**
Sviluppo del fatturato *Quali strategie attuare quali errori non commettere?*
Nicola Grassetto - Direttore Commerciale Time2Marketing

11.40 **TURISMO E WEB**
Sviluppo del fatturato *Le opportunità da cogliere*
Roberto Brenner - Industry Leader Travel e Automotive Google Italy

12.00 **INTERNET MARKETING PER FRONTEGGIARE LA CRISI**
Sviluppo del fatturato *Come utilizzare gli strumenti di internet marketing e ottimizzare la distribuzione nell'attuale situazione economica*
Alberto Guadalupi - Presidente Vertical Booking

12.20 **LA CARTA DEI VALORI: NECESSITÀ DI UN APPROCCIO ETICO NELLA DISTRIBUZIONE TURISTICA ON-LINE**
Sviluppo del fatturato *Come garantire risorse alla destinazione turistica e ai suoi Albergatori per un turismo economicamente sostenibile*
Marco Baldan - Direttore Generale Nozio

12.40 COCKTAIL E INCONTRI CON LE AZIENDE NELL'AREA WORKSHOP

13.00 **COME CAMBIERÀ LO SCENARIO DELLA DISTRIBUZIONE ON-LINE NEI PROSSIMI ANNI?**
Sviluppo del fatturato *Idee e suggerimenti per essere avvantaggiati sulle prossime sfide del web*
INTERNATIONAL SPEAKER Andrew Morsi - CEO Rate Tiger

13.20 PREMIAZIONE TOURISM WEB AWARDS 2009 PER I MIGLIORI SITI INTERNET TURISTICI

13.40 SESSIONE Q&A FINE DEI LAVORI



TOURISM WEB AWARDS 2009

Durante il Web in Tourism la premiazione dei migliori siti internet turistici decretata attraverso i voti dei visitatori di www.jobintourism.it e da una giuria composta da esperti.

WEB IN TOURISM 2009

28 MAGGIO 2009 - h 9.00

Enterprise Hotel - Corso Sempione, 91 - 20149 - Milano

PARTECIPAZIONE GRATUITA A NUMERO LIMITATO CON REGISTRAZIONE

INVIANDO LA SCHEDA AL FAX 02 48.02.51.54

DATI DEL PARTECIPANTE:

Nome:

Cognome:

Funzione:

Società:

Indirizzo:

.....

Cap.: Città:

Provincia:

Tel.: Cell.:

Fax:

Email:

Sì, desidero ricevere informazioni su altri eventi

COFFEE BREAK, COCKTAIL E INCONTRI CON LE AZIENDE

I PARTECIPANTI DEL CONVEGNO POTRANNO VISITARE GLI STAND DEL WORKSHOP DURANTE LA GIORNATA

Chi può partecipare al workshop per incontrare le aziende presenti?
Alberghi, tour operator, agenzie, strutture ricettive extra-alberghiere, responsabili centri congressi

Quali vantaggi partecipando al workshop nell'area aziende?

- Conoscerete nuovi servizi utili allo sviluppo del vostro business;
- Incontrerete molti tra i migliori professionisti del web e della tecnologia;
- Potrete avere importanti Benchmark grazie alle aziende tecnologiche presenti.

Qual è il format del workshop?

Potrete incontrare le aziende nel corso della giornata, in particolare durante due momenti di incontro:

- il coffee break a metà mattinata;
- il cocktail.

Un modo efficace per stabilire relazioni in modo informale e rilassato.

Tutela dati personali – Informativa

Si informa il Partecipante ai sensi del D.Lgs. 196/03: (1) che i dati personali riportati sulla scheda d'iscrizione saranno trattati da Job in Tourism per adempiere agli oneri relativi alla partecipazione al corso e per finalità statistiche. (2) Il conferimento dati è facoltativo: in mancanza, non sarà possibile dar corso al servizio. Il Partecipante ha diritto di opporsi al trattamento sopra previsto. Titolare e Responsabile del Trattamento è Job in Tourism, via F. Carcano, 4, Milano nei cui confronti il Partecipante potrà esercitare i diritti di cui al D.Lgs. 196/03.