



Condivisione di un'esperienza e possibili collaborazioni
per una comunicazione sinergica di promozione territoriale
attraverso i

SOCIAL MEDIA





La scoperta di un territorio inizia sui social

L'IMPORTANZA DEI SOCIAL NELLE STRATEGIE DI DESTINATION MARKETING

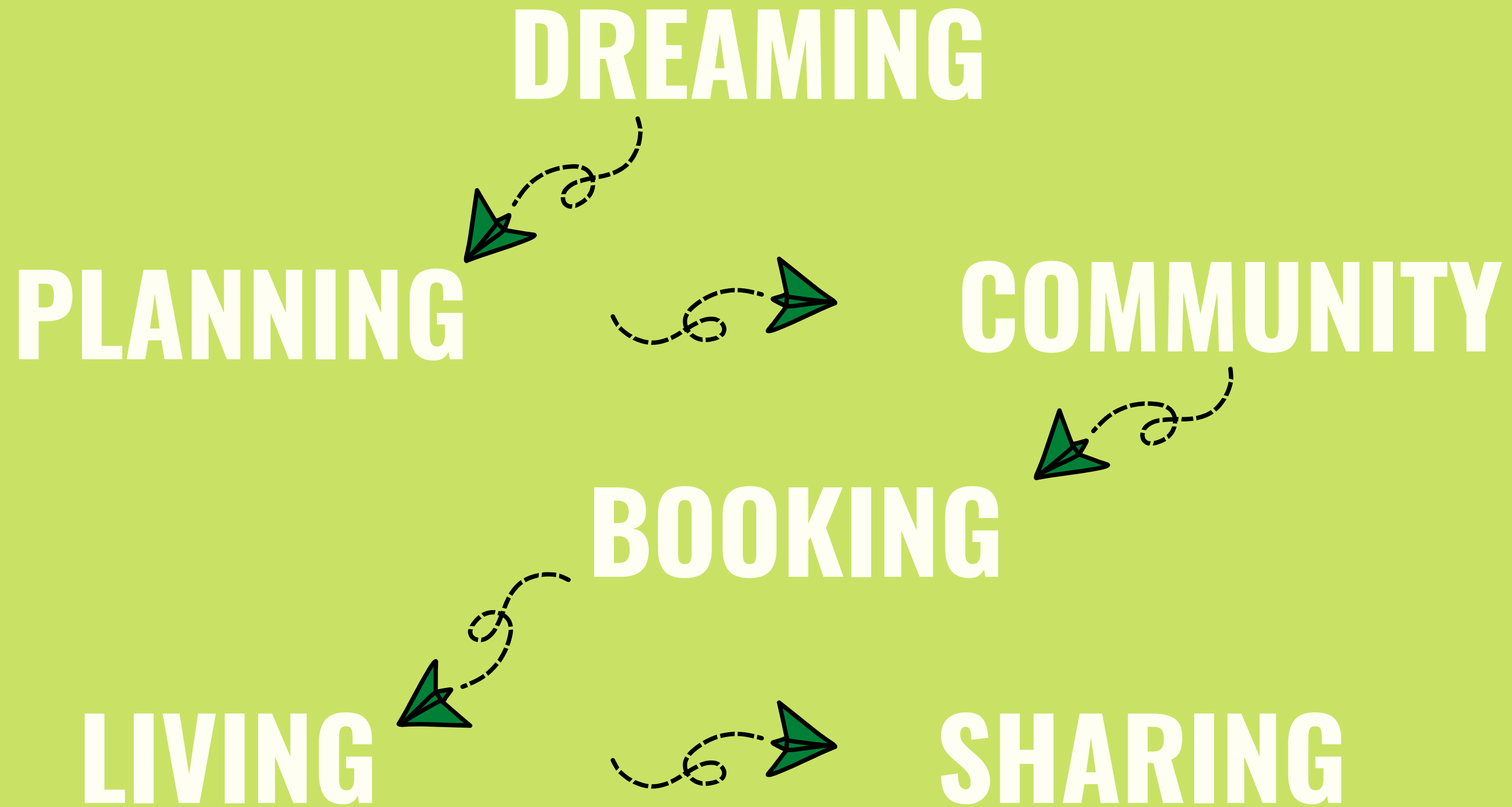
Il turista oggi è un consumatore di esperienze



I Social Media e il panorama web ospitano quotidianamente e costantemente quello che può essere qui definito come "Il Viaggiatore alla scoperta del Mugello", colui che in termini più strettamente connessi al Marketing è il "Cliente". Qui viene influenzato nelle decisioni, condivide esperienze vissute, opinioni e matura la scelta di intraprendere un viaggio... perché grazie ad una buona comunicazione s'innamora e arriva a fidarsi.

Per sfruttare al meglio le potenzialità del web è opportuno elaborare un Piano Strategico di Social Media Marketing dove le parole chiave diventano "CONDIVISIONE" e "SINERGIA"..

IL VIAGGIO SI COMPONE DI 6 FASI CHE AVVENGONO PRIMA, DURANTE E DOPO IL SOGGIORNO, CHE SI TRASFORMANO IN MOTIVAZIONE, DECISIONE, ESPERIENZA E CONDIVISIONE



1.DREAMING

L'idea di un viaggio, di scoprire un territorio nasce da un sogno...
Come intercettare gli utenti che sono in questa fase?
Incoraggiando i follower a condividere le loro esperienze di viaggio e a interagire con le comunità online.

2.PLANNING

Inizia l'organizzazione del viaggio...in questa fase il futuro visitatore cerca online informazioni.
Come agire?
Dando risposte concrete alle ricerche dell'utente.

3.COMMUNITY

Il futuro visitatore è positivamente (e anche negativamente) influenzato dalla community.
Diventa importante far parlare del Mugello, farlo raccontare attraverso commenti, condivisioni, tag, recensioni...

4.BOOKING

Il viaggiatore è ora pronto a prenotare la vacanza dei propri sogni in Mugello.
Nella fase della prenotazione è fondamentale che i presidi social siano ben curati, abbiano una forte reputazione al fine di dare le risposte che l'utente cerca. Il sito web per l'eventuale struttura deve avere una navigazione semplice ed intuitiva.

5.LIVING

Questa è fase dell'esperienza nel vero senso del termine. Diventa molto importante che le aspettative attese dal viaggiatore siano appagate: eventi, cibo tradizionale, trekking, luoghi culturali da visitare...
Tutto quello di cui è stato parlato deve essere ritrovato in Mugello.

6.SHARING

Durante la sua permanenza in Mugello è importante che il viaggiatore sia attivo sui propri canali social e che condivida con le pagine preposte la propria esperienza, attraverso tag al fine di permettere la ricondivisione sui nostri canali ufficiali così da incrementare la visibilità e la reputazione.



e noi??

**CHE RISPOSTE
POSSIAMO DARE?**



Partiamo da

CHI SIAMO E DOVE SIAMO



MUGELLO - @mugellotoscana.it



Mugellogram



Unione Montana Mugello - @mugellotoscana



www.mugellotoscana.it





NUMERI ALLA MANO



17.902
LIKE



6.709
FOLLOWER

PERCHE' COLLABORARE INSIEME?



Costruire insieme un **RACCONTO DEL TERRITORIO** in modo sinergico aiuta ad accrescere la reputazione che l'utente/turista ha del "Mugello".

L'obiettivo è quello di costruire una strategia di comunicazione condivisa e sinergica al fine di accrescere il risultato di ogni singolo sforzo facendo rete tra enti locali, stakeholder esterni, Pro Loco e Associazioni del territorio fino a coinvolgere i singoli utenti nella realizzazione di uno **STORYTELLING** accattivante ed efficace che possa portare buoni risultati a tutti i soggetti coinvolti nella comunicazione.

La parola chiave diventa **"CONDIVISIONE"**





OBIETTIVI



- **Ampliare il bacino d'utenza** >> aumento n° like sulla pagina Facebook e n° follower su Instagram.
- **Generare interesse e aumentare la brand reputation**>> favorire commenti, condivisioni e interazioni sui post.
- **Suscitare una giusta percezione da parte dell'utente:** la comunicazione social deve essere percepita come proveniente dalla stessa entità al fine di rendere efficace il processo comunicativo e di garantire una coerenza semiotica e identificabile e riconoscibile dal pubblico di riferimento. Sarà opportuno avvalersi di un'immagine coordinata per un messaggio univoco (foto, grafiche, copy allineati).
- **Rassicurare l'utente:** far sì che l'utente non si senta perso ma che si ritrovi nella comunicazione social proveniente da pagine istituzionali diverse. L'utente attraverso la collaborazione comunicativa tra Stakeholder deve trovare le risposte a ciò che cerca.



OBIETTIVI



- **Valorizzare il territorio e le attività correlate** >> la comunicazione sinergica e incentrata sulla condivisione punta a valorizzare il territorio Mugello sul piano culturale, storico, paesaggistico e culinario evidenziando folklore, tradizione e attività.
- **Incrementare il turismo straniero** >> una buona comunicazione a livello social, finalizzata a raccontare il Mugello e le attività del territorio è utile anche per lo sviluppo del turismo straniero. L'aver pagine ben gestite, allineate e caratterizzate da contenuti aggiornati facilita il soggiorno del turista, il quale a sua volta potrà parlare della sua vacanza, taggando le nostre pagine istituzionali, facendo così conoscere all'estero il Mugello e innescando quel meccanismo di tag/condivisione che genera interesse nei confronti di chi è correlato al profilo privato del turista in questione.



VANTAGGI



Impostare una comunicazione sinergica, basata sulla condivisione di post, aiuta il raggiungimento degli obiettivi preposti, oltre a rafforzare la percezione positiva da parte di chi ci segue.

I vantaggi sono dati dal fatto che con il tempo la sinergia di condivisione e tag genererà un meccanismo che si auto alimenta riducendo gli sforzi reciproci.

Inoltre il tutto consentirà una comunicazione ben identificabile ed efficiente suscitando così l'interesse del viaggiatore.



in concreto ...

COSA POSSIAMO FARE ?



cosa fare per **COLLABORARE**

- **Sinergia tra pagine** >> attivare una sinergia che coinvolga gli stakeholder locali (strutture ricettive, ristorazione, commercio...) al fine di raccontare la cucina, la storia, le possibilità di alloggio, i trekking...
- **Condivisione reciproca di post** >> favorire i tag al fine di poter condividere reciprocamente i post che raccontano e valorizzano il territorio
- **Condivisione materiali a disposizione** (foto, grafiche ecc ecc) al fine di ottimizzare il lavoro e comunicare con lo stesso linguaggio così da essere ben identificabili.



altre **IDEE E PROGETTI**

Fidelizzare gli utenti

Il passaggio successivo è quello di fidelizzare gli utenti e fare in modo che si affezionino a quel territorio al punto da sentirsene parte. Tra gli strumenti di brand loyalty ci sono:


- contest (con o senza premi)
- instawalk
- creare una community o coinvolgere quelle già presenti sul territorio
- collocare all'interno delle strutture una targa, segno dell'adesione della stessa ad un circuito ufficiale e contenente i riferimenti ai canali social e al sito web dell'unione.





ESEMPIO DI POST



 **Mugello da Fiaba 2023** 🏰 Il momento più magico dell'anno sta per tornare. ✨ Da lunedì 8 maggio a...

Publicato da Costanza Taddeucci · 4 maggio alle ore 17:10 · 🌐

Alcuni insights sono disponibili solo quando il totale è almeno 100.

Impression del post	Copertura del post	Interazioni con il post
2900	2753	146

Interazioni

👍	❤️	😂	😮	😞	😡
43	3	0	0	0	0

😊 Reazioni	46
💬 Commenti	2
🖱️ Clic sul link	28
➡️ Condivisioni	12
🖱️ Altri clic	22

Post riferito a Mugello da Fiaba 2023

2900 persone raggiunte

46 reazioni

43 like


MUGELLO
Publicato da Costanza Taddeucci · 4 maggio alle ore 17:10 · 🌐

Mugello da Fiaba 2023 🏰
Il momento più magico dell'anno sta per tornare.
🌟 Da lunedì 8 maggio a domenica 14 maggio non perderti il festival più originale che ci sia dove si intersecano: letteratura, teatro, musica, creatività ed arti varie per bambini e ragazzi.
👉 Ti aspettiamo a Villa Pecori Girdali a Borgo San Lorenzo.
Ecco qui il programma 📄 <http://www.mugellodafiaba.it/programma2023/>
@Mugello da Fiaba



The poster for the Mugello da Fiaba 2023 festival features a whimsical illustration of a castle on a hill, a moon, and a fish. The text on the poster includes: '8-14 maggio', 'Villa Pecori Girdali | Centro Storico | Biblioteca Comunale | Monastero Santa Caterina', 'Mugello da Fiaba FESTIVAL E CAMPUS', 'Invisibili incastrati condivisi', '13 maggio REMIDA DAY #incastrati', 'INGRESSO LIBERO', 'Seguici su: [social media icons]', '2023 IX EDIZIONE', and the website 'www.mugellodafiaba.it'.



 **Treno di Dante: Tornano gli itinerari turistici e culturali da Firenze e Ravenna sullo storico convoglio 🚂** Viaggia a bord...
 Pubblicato da Francesca Parrini · 20 aprile alle ore 10:00 · 🌐

Impression del post **3882** Copertura del post **3708** Interazioni con il post **231**

Interazioni

👍 84
 ❤️ 4
 😂 0
 😮 1
 😞 0
 😡 0

😊 **Reazioni** 89
 💬 **Commenti** 4
 🖱️ **Clic sul link** 65
 ➦ **Condivisioni** 13
 🖱️ **Altri clic** 60

Post riferito al "Treno di Dante"

3882 persone raggiunte

89 reazioni

84 like

 **MUGELLO**
 Pubblicato da Francesca Parrini · 20 aprile alle ore 10:00 · 🌐

Treno di Dante: Tornano gli itinerari turistici e culturali da Firenze e Ravenna sullo storico convoglio 🚂

Viaggia a bordo del treno storico Centoporte nei luoghi cari al sommo poeta!!
 Un'esperienza unica resa possibile dalla Fondazione FS Italiane fino al 15 maggio.
 Tutti i dettagli e gli orari nell'articolo di [intoscana.it](https://www.intoscana.it)

[https://www.intoscana.it/.../treno-di-dante-dal-15.../...](https://www.intoscana.it/.../treno-di-dante-dal-15.../)



INTOSCANA.IT



Post riferito al "Fiorifiera-Borgo San Lorenzo"

10.579 persone raggiunte

147 reazioni

140 like

Vi aspettiamo domani per il secondo giorno di Fiorinfiera a Borgo San Lorenzo!!!

Publicato da Francesca Parrini · 14 aprile alle ore 20:22 ·

Impression del post	Copertura del post	Interazioni con il post
10.579	9797	2283

Interazioni

👍	❤️	😂	😱	😭	😡
140	5	0	2	0	0

😊 Reazioni	147
💬 Commenti	6
➦ Condivisioni	13
🖱️ Altri clic	211

MUGELLO si trova presso Borgo San Lorenzo.

Publicato da Francesca Parrini · 14 aprile alle ore 20:22 ·

Vi aspettiamo domani per il secondo giorno di Fiorinfiera a Borgo San Lorenzo!!!

The collage includes: a large pink flower sculpture, a banner for Fiorinfiera with the website www.fiorinfiera.it, a man tending to a flower bed, a monument with a statue, and a display of colorful hot air balloons.










LA CARTOLINA DEL LUNEDI **ABBAZIA DI SAN GAUDENZIO** La storia dell'Abbazia si mesco...


Publicato da Francesca Parrini · 10 aprile alle ore 10:00 ·


Impression del post **9125** Copertura del post **7340** Interazioni con il post **1084**


Interazioni


 258
  8
  0
  0
  0
  0

 Reazioni **266**

 Commenti **15**

 Clic sul link **35**

 Condivisioni **13**

 Altri clic **369**

Post riferito alla Cartolina del Lunedì - Abbazia di San Gaudenzio

9.125 persone raggiunte

266 reazioni

258 like

MUGELLO
Publicato da Francesca Parrini · 10 aprile alle ore 10:00 ·

LA CARTOLINA DEL LUNEDI

ABBAZIA DI SAN GAUDENZIO

La storia dell'Abbazia si mescola alla tradizione orale e alla leggenda che racconta di come tra il V e VI secolo un Gaudenzio nativo della Campania fosse giunto in quest'angolo della Tuscia per condurvi una vita da eremita. Verso la metà del IX secolo, alcuni cacciatori di cinghiali rinvennero il corpo del Santo e lì vicino fu edificata una piccola chiesa plebana per accoglierne le spoglie, poco dopo accanto ad essa sors... **Altro...**




CONDIVISIONE DEI MATERIALI

Mettere in rete materiali di qualità e allineati graficamente

Potere del Visual = Ricordiamo il 20% di quello che leggiamo e il 70% di quello che vediamo



Una social media strategy turistica non può prescindere dalla possibilità di attingere a tutto il materiale visual disponibile per comunicare attraverso immagini e video di qualità.



A tal fine l'Unione Montana dei Comuni del Mugello ha creato un **ARCHIVIO FOTOGRAFICO** aggiornato e fruibile di immagini fotografiche di qualità, facilmente reperibili e libere da particolari vincoli di copyright indicizzate e navigabili attraverso l'uso di parole chiave.



Home

Ricerca immagini

Search term

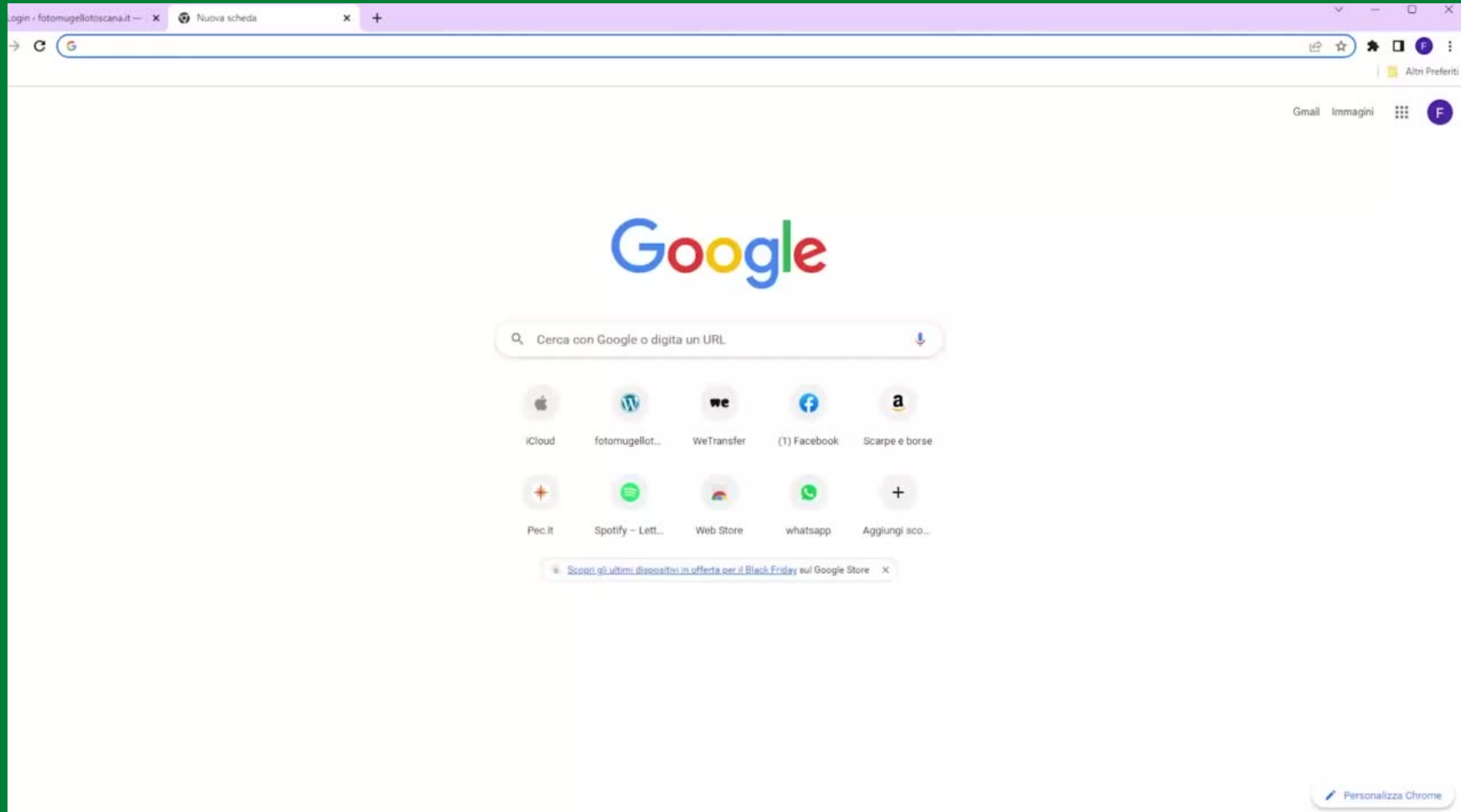
presentazione

NUOVO ARCHIVIO FOTOGRAFICO

WWW.FOTOMUGELLOTOSCANA.IT



COME FUNZIONA ??



ARCHIVIO PATRIMONIO DI TUTTI



L'archivio è a **disposizione di tutti** i soggetti coinvolti a vario titolo nella creazione dello Storytelling Mugello



L'obiettivo è quello di far confluire nell'archivio il materiale di qualità proveniente da tutti i vari soggetti che si mostrano disponibili a metterlo in condivisione in licenza creative commons



Uno dei più grandi bacini di produzione di materiali fotografico e video di una destinazione turistica sono gli **abitanti e i turisti stessi**. Stimolare la produzione di contenuti generati dagli utenti e intercettare i contenuti prodotti in maniera indipendente è sicuramente un obiettivo da perseguire per popolare di immagini autentiche e storie reali anche i canali social ufficiali della destinazione e bypassare, almeno in parte, la mancanza di un ampio materiale d'archivio di qualità.

LINEE GUIDA DI PROMOZIONE TOSCANA



Mood

Nel processo di narrazione e promozione di una destinazione turistica **la scelta dell'elemento fotografico è determinante** e rappresenta il veicolo principale attraverso il quale si sceglie cosa raccontare e come.

Nella realizzazione dell'identità visiva della destinazione Toscana sono state definite alcune **parole chiave** per definire il taglio che intende avere questo racconto e in seguito sono state individuate delle immagini che sostanzializzano quanto espresso dai concetti chiave.

essenza FEEL **slow** DETTAGLIO FAMILIARITÀ **ricerca**

Linee guida di identità visiva per gli ambiti territoriali, gennaio 2019



Indicazioni pratiche

Per rendere ancora più tangibile e utile in termini applicativi quanto emerso dai concetti chiave e dalle immagini presentate, nelle pagine seguenti sono riportati alcuni esempi/concetti rappresentativi di come intervenire nella selezione o realizzazione del corredo fotografico ai prodotti di promozione e comunicazione della Toscana turistica.

In generale l'obiettivo è quello di **uscire dalla rappresentazione stereotipata della Toscana** per raccontare una terra viva nella quale le persone fanno la differenza, una terra in cui si vive bene, ricca sicuramente di una storia mainstream conosciuta da tutti, ma che rivela tutta la sua bellezza nei particolari e nei dettagli.

LINEE GUIDA DI PROMOZIONE TOSCANA

Il paesaggio

La strada bianca sulla collina con i cipressi che ne delimitano il percorso rappresenta una delle immagini più stereotipate della Toscana.

L'obiettivo, invece, è raccontare una campagna da vivere, nella quale ci sono delle esperienze anche innovative, **una campagna i cui punti fermi rimangono tali, ma che è capace di innovare e dialogare con la contemporaneità** integrandola e realizzando pienamente le potenzialità del territorio.



L'arte

Come per l'enogastronomia, anche l'arte è una delle motivazioni privilegiate per la scelta dell'Italia come meta di viaggio.

Le principali attrazioni artistiche della Toscana sono note al grande pubblico e non hanno particolare bisogno di essere promosse. Questo ci regala lo spazio e l'opportunità di raccontare **punti di vista inediti, soggetti nuovi e altrettanto affascinanti** e coinvolgenti di cui è ricca la Toscana come l'Italia.

Questo punto di vista offre un'alternativa, lascia la porta aperta alla fantasia e alla curiosità, racconta di altre e nuove storie da scoprire.



Le persone

Spesso si vedono foto della Toscana che sembrano un dipinto, quasi asettico nella sua bellezza, ma la Toscana può essere definita come la terra del buon vivere, dove lo stile di vita e le persone che la vivono rappresentano parte integrante della sua essenza e bellezza.

Per questo la **presenza dell'elemento umano** nel corredo fotografico è importante. Non deve esserci obbligatoriamente sempre e neppure per intero, ma è importante per raccontare la Toscana come una terra dove si vive e si vive bene.



Enogastronomia

La Toscana, come gran parte dell'Italia, è conosciuta per la straordinaria tradizione enogastronomica.

Risulta facile fare leva sui capi saldi della cucina e della produzione regionale e la straordinaria **varietà e ricchezza dell'enogastronomia toscana** offre la possibilità di attingere a un bacino enorme di soggetti di grande potenza narrativa.



VI RINGRAZIAMO

per il vostro tempo



Ecco i nostri contatti:

✉ comunicazione.turismomugello@gmail.com

☎ Unione dei Comuni: 055 84527184
Francesca: 3381955329

