

Sito web "Turismo sociale" e la rete multimediale

**Intervento di Marcello Lascano per il convegno del 1 aprile 2000:
"Il Turismo Sociale - RETE, COOPERAZIONE, LAVORO"**

nell'ambito del progetto "Percorsi d'arte, percorsi di lavoro" ai sensi dell'art. 11 - comma 6 - Legge n.59 del 31.01.1992

Introduzione

Innanzitutto ringrazio i coordinatori del progetto "Percorsi d'arte, percorsi di lavoro" per la fiducia accordata alla NET Consulting nell'averle commissionato la progettazione e la realizzazione del sito web per la rete "Turismo sociale".

Una rete, quella del "Turismo sociale", che ha creduto nelle potenzialità della grande rete multimediale Internet quale irrinunciabile strumento di lavoro e di supporto alle proprie attività.

Infatti, ai fini di una attenta strategia aziendale, per un qualunque soggetto fornitore di servizi e di prodotti, essere presente in Internet è divenuta, ormai, un'esigenza irrinunciabile. Internet, infatti, non soltanto consente di raggiungere un bacino di committenti pressoché smisurato e variamente distribuito sull'intero pianeta, ma offre anche l'ineguagliabile opportunità di comunicare con i nostri potenziali clienti in maniera interattiva, economica, immediata e di vender loro a distanza i nostri prodotti.

Le possibilità di impiego e di fruizione dello "strumento" Internet sono notevolmente diversificate e quindi adattabili alle più disparate esigenze tanto del fornitore quanto dell'utente finale dei servizi *online*.

In particolare, per chi offre servizi e prodotti estremamente targettizzati, originali, facilmente individuabili, intimamente correlati a uno specifico territorio, ma comunque destinati ad un potenziale target di utenza ben più ampio di quello provinciale o regionale, entrare nel mondo di Internet può rappresentare, effettivamente, la scelta vincente per battere una concorrenza ancora attardata su tradizionali, ed ormai inattuali, sistemi di promozione e di vendita.

Tuttavia, il raggiungimento, l'ottimizzazione e ancor di più il mantenimento dei benefici che la nostra presenza *online* può portarci, dipende:

- ▷ da una attenta e professionale azione di referenziamento in Internet;
- ▷ da un'attenta e costante opera di aggiornamento delle informazioni diffuse;
- ▷ da una tempestiva gestione del traffico elettronico veicolato sul nostro e-mail e cioè dal costante impegno che dobbiamo mantenere nel dare risposte immediate a tutte le richieste di informazione inviateci dagli utenti.

Ma il successo della nostra presenza in Internet è anche subordinato alla capacità di adeguare il nostro stile di comunicazione al particolarissimo mezzo telematico in questione, e questo a partire dalla scelta del dominio, ovvero dell'indirizzo web ed e-mail, che caratterizzerà la nostra presenza in Internet (nel nostro caso: **turismosociale.com**).

In questa sede non si tratterà degli aspetti tecnici connessi alla gestione quotidiana di un sito web, ma si illustreranno, piuttosto, le problematiche poste dalla comunicazione in Internet, anche per motivare alcune delle scelte effettuate in sede di progettazione del sito "Turismo sociale".

Il sito "Turismo sociale"

Internet diffonde ed eventualmente vende «informazione *allo stato puro*»¹: il contenuto del nostro sito è «l'unica molla che può portare qualcuno a visitarci»², contattarci e, nel caso, ad acquistare i nostri prodotti.

Con la realizzazione del sito "Turismo sociale" si è inteso fornire dei contenuti strutturati di facile fruizione. Si trattava di coniugare le esigenze di un'utenza estremamente diversificata, con quelle promozionali e commerciali sia delle singole parti aderenti all'iniziativa che della rete di cooperative e di consorzi nel suo complesso, il tutto valorizzando quello che riteniamo essere il punto di forza del progetto "Turismo sociale" rispetto al panorama delle offerte attualmente presenti in Internet.

Infatti, proprio grazie alla sua particolare formula organizzativa, la rete di consorzi e cooperative si presta a fornire facilmente delle soluzioni a esigenze destinate, fino ad oggi, a rimanere inappagate o soddisfatte soltanto al prezzo di un notevole dispendio di energie.

I livelli di comunicazione

In pratica, con la creazione del sito, ci si è prefissi di sfruttare tutti i livelli di comunicazione offerti dallo "strumento" Internet e quindi:

- 1° un primo livello di comunicazione interna al "circuito aziendale", di coordinamento e di comunicazione fra le cooperative e i consorzi aderenti alla rete (ovvero un utile strumento operativo rapido ed economico)
- 2° un secondo livello di comunicazione, in questo caso rivolto all'esterno della rete "Turismo sociale", attraverso il quale
 - ▷ **affermare la nostra esistenza**, presentando e promuovendo l'iniziativa di rete "Turismo sociale", i suoi obiettivi, i suoi contenuti ed i soggetti promotori;
 - ▷ **promuovere la collaborazione** fra specifici operatori di settore (consorzi, cooperative, operatori turistici);
 - ▷ **attivare aree privilegiate di comunicazione** e di dialogo con i nostri potenziali committenti (aziende, organizzazioni, enti sia pubblici che privati);
 - ▷ **vendere i nostri servizi ed i nostri prodotti** ad un vasto e variegato pubblico.

Comunicazione interna alla rete

Abbiamo verificato che lo strumento migliore per favorire l'attivazione di un circuito di comunicazione interna alla rete, è quello di creare una sorta di *forum* permanente fra gli operatori della rete stessa. Si è creato un'area riservata ai soli operatori della rete "Turismo sociale", nella quale la libera circolazione di idee, proposte, progetti, fosse di stimolo alla creazione di nuove sinergie sempre più ampie ed articolate.

¹ Guida al commercio elettronico, INDIS, 1999, p. 40.

² e-business news, 2, 2000, p. 39.

In questo caso Internet sostituisce o supporta i più tradizionali strumenti di comunicazione (quali telefono, fax, lettere), accelerando la circolazione delle informazioni e consentendo di trasferire ingenti moli di dati non soltanto testuali, ma anche, se non soprattutto, multimediali (immagini, suoni e animazioni). Il tutto, fra l'altro, a dei costi che, come tutti sappiamo, risultano estremamente contenuti rispetto agli strumenti tradizionali.

Un successivo sviluppo di questo circuito, che al momento non si è ritenuto necessario approntare, è rappresentato dalla possibilità di configurare dei comodi e funzionali strumenti di videoconferenza, che consentirebbero di realizzare delle vere e proprie riunioni *online* fra tutti i soggetti coinvolti nel progetto di rete, sebbene distribuiti su un'area geografica abbastanza ampia.

Comunicazione esterna alla rete

Molto più articolato e complesso è stato il lavoro di progettazione e realizzazione del circuito di comunicazione esterna alla rete di consorzi e cooperative.

In questo caso, infatti, non si è trattato soltanto di presentare e descrivere gli obiettivi perseguiti dal progetto, o di informare i potenziali clienti delle identità dei singoli componenti la rete, ma si trattava, come si è detto, di sfruttare al massimo le opportunità specifiche e le caratteristiche qualificanti lo "strumento" Internet.

Di conseguenza, oltre alla scheda illustrativa del progetto "Turismo sociale", sono state create altre sezioni, ciascuna dedicata a ben determinate fasce di utenti (clienti dei nostri prodotti, committenti di nuovi servizi, potenziali partner della rete) e cioè, rispettivamente:

- ▷ **privati cittadini** (sia singoli individui che gruppi);
- ▷ **organizzazioni ed enti**, pubblici e privati;
- ▷ **operatori di settore** quali altri consorzi e cooperative o operatori del settore turistico.

Sezione privati cittadini

Attualmente, la sezione dedicata ai privati, è articolata in 4 sotto-sezioni distinte per tipologia di servizi e prodotti offerti (Percorsi, itinerari e visite; Pubblicazioni informative; Laboratori didattici; Strutture di accoglienza). Le sotto-sezioni a loro volta suddivise per aree tematiche (Arte; Ambiente; Storia; Enogastronomia; etc.).

Tanto il numero delle sotto-sezioni quanto quello delle aree tematiche, potranno aumentare nel corso del tempo per adeguarsi alla creazione di nuovi servizi e prodotti per i quali venisse constatata una domanda crescente da parte del pubblico.

All'interno della sezione dedicata ai privati, sono presentate in maniera organizzata le offerte di servizi e prodotti sia delle singole cooperative che della rete, intendendo, in quest'ultimo caso, un "pacchetto" di offerte costruito coordinando e integrando servizi e prodotti di più cooperative.

È quindi l'utente (o meglio l'e-customer) a decidere cosa acquistare in funzione delle proprie personali esigenze: un singolo servizio, un gruppo di servizi o uno dei pacchetti *prêt-a-portér*.

Riteniamo che grazie all'adozione di una simile strutturazione dell'offerta si sia ottenuta la massima valorizzazione possibile di quello che abbiamo già indicato essere il punto di forza del progetto "Turismo sociale" e cioè il pregio che la rete ha di offrire prodotti e servizi differenziati dal

punto di vista qualitativo e variamente dislocati sull'intero territorio regionale. Caratteristica, questa, che rende il progetto assolutamente originale ed estremamente interessante a livello locale ...e, forse, anche a livello nazionale.

Sezione organizzazioni ed enti

La sezione dedicata a organizzazioni ed enti pubblici e privati, attualmente suddivisa in sette sotto-sezioni (anch'esse suscettibili di ampliamenti o revisioni nel corso del tempo), si pone l'obiettivo di descrivere le potenzialità e le professionalità, in una parola il *know-how*, di cui dispone la rete del "Turismo sociale", non più vista come entità astratta ed intangibile, bensì come una "Azienda" in grado di fornire un'ampia gamma di soluzioni alle più disparate esigenze.

In questa sezione, quindi, non si offre ai potenziali committenti la possibilità di acquistare servizi già definiti e realizzati (attività, questa, caratteristica dell'area dedicata ai privati), ma si consente ad enti, organizzazioni, aziende di richiedere la progettazione e lo sviluppo di prodotti *ad hoc*, e cioè commisurati alle loro specifiche esigenze.

Sezione operatori di settore

La sezione dedicata agli operatori di settore, intendendo come settore sia quello del turismo che quello del sociale, è finalizzata:

- ▷ alla **nascita di nuovi rapporti di collaborazione** tra la rete e quelle figure professionali da tempo attive nel settore turistico-commerciale (albergatori, agenzie viaggio, tour operator);
- ▷ all'**ampliamento della rete mediante l'affiliazione** di altri consorzi e cooperative operanti nel sociale.

I contenuti inseriti in questa sezione sono quindi orientati alla evidenziazione ed all'analisi dei vantaggi derivanti dall'attivazione di un rapporto di *partnership* con la rete del "Turismo sociale". Nei fatti, lo sviluppo di questa sezione potrebbe consentire alla rete di superare i confini regionali entro i quali è oggi destinata a muoversi, per assumere una dimensione nazionale anche grazie al supporto di un sito così strutturato.

Comunicati e news

A queste sezioni, tipicamente web, viene affiancata un'altra importante area di comunicazione "esterna", quella dei "Comunicati e news". In questa sezione per mantenere elevato l'interesse degli utenti nei confronti del progetto, i componenti della rete diffonderanno informazioni sulle attività svolte e sulle iniziative di futura realizzazione.

Parallelamente verrà implementata una mailing-list "Turismo sociale", ovvero un forum permanente tra gli utenti e la rete di consorzi e cooperative e cioè uno strumento, sicuramente meno appariscente e meno noto rispetto al World Wide Web, ma estremamente utile dal punto di vista dell'e-marketing.

Nella mailing-list verranno raccolti suggerimenti e, perché no, critiche da parte sia di interlocutori che hanno semplicemente visionato il sito e ritengono di poter fornire un loro personale contributo, sia di clienti e committenti che abbiano materialmente fruito dei nostri servizi e vogliano esprimere il loro livello di gradimento nei confronti del nostro *modus operandi*.

Questo strumento, opportunamente utilizzato e gestito, consente di effettuare un monitoraggio costante delle esigenze e degli andamenti di mercato, permettendo, così, di individuare le direzioni prevalenti della domanda di servizi nel settore turistico-sociale con largo margine di anticipo sulla concorrenza.

Internet promotion

Per concludere questa *overdose* di informazioni sui servizi della rete *in rete*, consentitemi una ultima osservazione sugli aspetti dell'attività di *Internet promotion* del sito web. A parte le ovvie iniziative di referenziamento del sito sui principali motori di ricerca di risorse presenti in Internet, verranno utilizzati altri strumenti di promozione quali:

- ▷ lo scambio di link con siti contenenti informazioni complementari a quelle del sito "Turismo sociale",
- ▷ la partecipazione a circuiti di scambio di banners,
- ▷ iniziative di e-mailing verso gruppi selezionati di utenti,
- ▷ e, non ultimo (e sicuramente per noi della NET consulting, più interessante in quanto ci vede direttamente coinvolti) l'integrazione con sistemi informativi territoriali già esistenti in Internet quali il nostro sistema ".it is".

Vi ringrazio ancora per l'attenzione, scusandomi se la dissertazione relativa ad un sistema che trova nella multimedialità la sua forza, sia stata affidata ad un unico media: la mia voce.

Nuovamente grazie.

SOMMARIO

Sito web "Turismo sociale" e la rete multimediale	1
Introduzione	1
Il sito "Turismo sociale"	2
I livelli di comunicazione.....	2
Comunicazione interna alla rete.....	2
Comunicazione esterna alla rete.....	3
Sezione privati cittadini	3
Sezione organizzazioni ed enti	4
Sezione operatori di settore	4
Comunicati e news	4
Internet promotion	5