



Publicità e vendita

Materiale didattico per l'offerta di formazione continua su
www.agrotourismus-q.ch

Publicità e vendita

La commercializzazione si focalizza sui gruppi di clientela del singolo modello aziendale. I canali di comunicazione, prenotazione e valutazione servono quindi a diversi scopi. Attraverso opportuni canali di comunicazione e prenotazione, l'offerta agrituristica dovrebbe essere presentata nel modo più attraente possibile o distribuita in modo efficiente. I canali di valutazione servono agli ospiti per fare le loro recensioni sull'azienda agrituristica.

Il capitolo parla anche delle relazioni di cooperazione importanti e necessarie per le aziende agrituristiche e i loro benefici. I partenariati possono avere caratteristiche diverse, dalle forme di cooperazione molto disinvolute fino a quelle più strette.

Canali di comunicazione



Esperienza agricoltura autentica

L'affiliazione all'**Associazione Agriturismo Svizzera** costa CHF 400 all'anno e garantisce diversi servizi come la pubblicità in rete attraverso diversi canali oppure la presenza nel catalogo dei fornitori. Dopo la valutazione iniziale, l'affiliazione avviene di norma con successo.

Le **associazioni turistiche regionali** offrono spesso servizi completi: consulenze, relazioni pubbliche e attività di comunicazione a prezzi bassi o addirittura gratuitamente. L'impatto delle organizzazioni turistiche regionali è considerato molto alto dagli agriturismi esistenti.



Agriturismo per intenditori attenti all'ambiente

Le **associazioni turistiche regionali** offrono spesso servizi completi: consulenze, relazioni pubbliche e attività di comunicazione a prezzi bassi o addirittura gratuitamente. L'impatto delle organizzazioni turistiche regionali è considerato molto alto dagli agriturismi esistenti.

Con **Google AdWords** si possono conquistare i visitatori del sito inserendo un annuncio in una posizione di rilievo nei risultati di Google. Il pagamento avviene in base al numero di clic sull'annuncio.



Eventi MICE in fattoria

Una **pagina internet professionale** è particolarmente importante per gli ospiti MICE. Nella homepage devono quindi essere messi in risalto la professionalità e la competenza dei responsabili dell'offerta agrituristica. Le possibili domande dei potenziali clienti dovrebbero trovare una risposta già tra le pagine internet, per esempio nelle immagini.

Canali di vendita



Esperienza agricoltura autentica

E-domizil.ch è uno dei più grandi intermediari di appartamenti e case di vacanza in Svizzera ed è attivo in oltre 70 paesi. Agriturismo Svizzera offre la riservazione di alloggi attraverso e-domizil.ch.

Bnb.ch è tra l'altro anche uno dei partner di Svizzera Turismo e offre sulla pagina internet una funzione di prenotazione e una classificazione da una a cinque stelle. I costi annui variano a seconda delle dimensioni dell'offerta agrituristica.



Agriturismo per intenditori attenti all'ambiente

Booking.com è uno dei principali portali di prenotazione alberghiera del mondo. Il canale di vendita lavora in base alle provvigioni e offre tra l'altro una funzione di recensione per i clienti.

Bnb.ch è tra l'altro anche uno dei partner di Svizzera Turismo e offre sulla pagina internet una funzione di prenotazione e una classificazione da una a cinque stelle. I costi annui variano a seconda delle dimensioni dell'offerta agrituristica.

Airbnb.ch è una piazza di mercato collettiva e affermata, in cui le persone inseriscono, scoprono e prenotano alloggi particolari in tutto il mondo. L'annuncio è gratuito tuttavia viene prelevata una tassa del 3 % in caso di prenotazione.



Eventi MICE in fattoria

Organizzazioni turistiche locali, regionali oppure nazionali sono spesso un importante punto d'appoggio, in modo particolare per clienti stranieri alla ricerca di uno spazio adeguato. La presenza su una piattaforma di un'organizzazione turistica è quindi importante.

Eventlokale.ch con 5000 sale per eventi è uno dei maggiori fornitori per eventi MICE in Svizzera.

Partenariati



Esperienza agricoltura autentica

Gli ospiti del modello aziendale 1 sono interessati a vivere in modo attivo la regione, soprattutto a piedi oppure in bicicletta. Un'offerta agrituristica per questi ospiti è molto adatta a ricevere turisti attivi. Partenariati con fornitori di servizi nell'ambito del turismo attivo sono importanti fattori di successo. Partenariati con le seguenti parti interessate sono una buona possibilità di posizionarsi in questo gruppo di clientela:

- **Impianti di risalita**
- **Noleggio di biciclette**
- **Ristoranti alpini**
- **Comprensori sciistici**

Soprattutto le famiglie con bambini possono essere interessate ad offerte avventura nella regione. Quindi si dovrebbero concludere convenzioni con i seguenti attori:

- **Parco per arrampicata o parco avventura**
- **Pista di slittino estiva**
- **Noleggio di slitte / piste di slitte**

L'accessibilità ai laghi è molto importante soprattutto per il gruppo di clientela delle giovani famiglie attive. Se nella regione dell'azienda agrituristica c'è un lago, un partenariato con una struttura balneare è senz'altro proficuo.



Agriturismo per intenditori attenti all'ambiente

Suggerimenti sui centri dello shopping della regione potrebbero interessare a questo tipo di clienti, gli intenditori attenti all'ambiente. Le offerte nella regione dovrebbero già essere pubblicizzate nella pagina internet quali possibili attività per il tempo libero.

Gli ospiti tendenzialmente consumeranno i loro pasti in un ristorante. Gli ospiti buongustai frequentano volentieri ristoranti di qualità superiore. Per questo modello aziendale si stipulano dei partenariati correlati.

Che si tratti di una visita a teatro, di una serata al cinema oppure di un drink in un bar alla moda: il gruppo di intenditori attenti all'ambiente è alla ricerca di possibilità di svago. Spetta al gestore dell'agriturismo indicare queste possibilità e aiutare l'ospite ad organizzarsi.

La clientela di questo modello aziendale è orientata soprattutto al divertimento, ma anche aperta ad attività sportive, sia per passeggiate nella natura oppure per attività in palestra. Quindi nel modello aziendale 2 si creano convenzioni con infrastrutture sportive (p.es. campo da tennis o da golf, piste da sci o pista di pattinaggio).

Le aziende agrituristiche dovrebbero collaborare in modo stretto con i partner identificati e creare quindi pacchetti tutto compreso prenotabili. Esempi concreti per pacchetti:

- **Pacchetto Tennis:** pernottamento per due persone con colazione e affitto del campo da tennis per due giorni per due ore al giorno.
- **Pacchetto Gourmet:** pernottamento per due persone con champagne a colazione e cena di più portate in un ristorante convenzionato.
- **Pacchetto degustazione di vini:** pernottamento con colazione e degustazione di vino presso un produttore di vino convenzionato.



Eventi MICE in fattoria

Nel modello aziendale 3 i pacchetti tutto compreso sono particolarmente importanti. Durante gli eventi di ogni tipo, l'offerta di ristorazione è spesso la parte più importante del pacchetto. Per un'azienda agrituristica questa parte può diventare un problema, se per esempio non c'è abbastanza personale o per mancanza di infrastrutture. La ristorazione può per esempio venir organizzata tramite un servizio di catering. Per questo vengono definiti dei pacchetti menu con l'utilizzo di prodotti regionali integrati nel pacchetto giornaliero.

Dal punto di vista della pianificazione dello spazio, un'offerta MICE con una grande sala eventi e camere per gli ospiti supplementari è difficilmente realizzabile in una fattoria. Per eventi di più giorni o serali, la possibilità di pernottamento è però molto importante. Un partenariato con degli alloggi (albergo, BnB, ecc.) nella regione potrebbe quindi essere un grosso valore aggiunto dal punto di vista degli ospiti. Siccome

l'ospite MICE vuole prenotare l'offerta senza fatica e senza sprecare tempo, si dovrebbero offrire dei pacchetti concreti, come per esempio forfait per seminari con possibilità di pernottamento. Queste possibilità devono essere chiaramente visibili e prenotabili per il potenziale cliente (comunicazione attiva sulla pagina internet e sulle pagine internet dei partner).

Per manifestazioni su più giorni (seminari, conferenze, workshop, ecc.) gli ospiti possono avere delle esigenze di svago. Quindi presso la fattoria dovrebbero venir offerti servizi supplementari. Per esempio sport, giochi e divertimento nell'ambiente agricolo. Inoltre vale la pena stringere partenariati anche con le strutture «classiche» MICE (alberghi per seminari, centri per conferenze, ecc.), per poi offrire possibilità di svago ai partecipanti all'interno della propria struttura.

Fonti e ulteriore letteratura

Hochuli, Andreas; Huber, Mario; Hofstetter, Pius (2016): Innovative Geschäftsmodelle für den Schweizer Agrotourismus. Positionierung der Angebote und Instrumente für die Planung / Handbuch. 1. Auflage. Zollikofen: BFH-HAFL.