

# La differenziazione come strategia: l'esperienza di *Insidecom* e la piattaforma *Venetoinside*

*Convegno Ciset @ Tourisma Firenze - 17 dicembre 2021*



# Chi siamo

- Operatore specializzato nella **comunicazione e commercializzazione** di uno **specifico territorio** e delle **sue risorse turistiche e cultura** principalmente attraverso **canali digitali**
- **Vision:** valorizzarne l'identità e migliorarne il posizionamento, benefici per tutti gli *stakeholder*
- **Core Value: ESSERE INSIDER**
- 3 principali ambiti di *expertise*:
  - **incoming tour operating**
  - **digital marketing applicato al turismo**
  - **tecnologia**



# Cosa facciamo

- Creiamo e distribuiamo **prodotti turistici di qualità**, sia servizi più classici sia esperienze personalizzate, a tema e di nicchia.
- 3 principali macrocategorie di prodotti:
  - **TOUR & ESPERIENZE:** visite guidate, escursioni, attività outdoor, itinerari enogastronomici, ecc.
  - **BIGLIETTI DI INGRESSO:** più importanti musei, mostre e attrazioni di Venezia e del Veneto
  - **TRASPORTI:** taxi e trasferimenti privati e condivisi + biglietti trasporto pubblico

# Canali Distributivi & Partnership

distribuzione diretta



network rivenditori locali



OTA internazionali



RESELLERS

SUPPLIERS

INSIDEDIGITALHUB

musei

monumenti

attrazioni

org. eventi

trasporti

altri operatori



# La piattaforma Venetoinside

VENETOINSIDE.com  
experience as an insider

Chi siamo Contattaci Domande frequenti Recupera prenotazioni

tripadvisor CERTIFICATO DI ECCELLENZA2018

TRUSTPILOT ★★★★★ it Cart 0

**Vuoi un consiglio?**  
**Siamo qui per questo!**  
**12 insider che vivono tra Venezia, Padova e Verona saranno felici di aiutarti**

Scopri le cose più interessanti da fare a Venezia e in Veneto in base alle tue preferenze e risparmi tempo prenotando online

**SCOPRI IL VENETO >**  
Un patrimonio di paesaggi, arte e storia

**TOUR & ATTIVITÀ >**  
Scegli la meta o il tipo di esperienza e lasciati guidare

**BIGLIETTI DI INGRESSO >**  
Dai luoghi più iconici e famosi ai tesori nascosti

**TRASPORTI >**  
Prenota il tuo mezzo preferito per muoverti

**EVENTI >**  
Un calendario ricco e aggiornato ogni settimana

L'unico **PORTALE INFORMATIVO** dedicato al Veneto come destinazione turistica che svolge anche funzione di **MARKETPLACE** per l'intera offerta del territorio

# I numeri di Venetoinside



## Key data traffico

- ✓ media mensile **visite anno 2019**: ca. **125.000** (picchi di **150.000** in alta stagione)
- ✓ **85%** del traffico è **organico**



## Key data prenotazioni

- ✓ **circa 1.500.000 pax** che hanno prenotato **fino ad oggi**
- ✓ fino al 2019 > **40%** prenotazioni dall'**Europa** (in particolare **IT, UK, FR e ES**),  
**60%** da **Paesi extraeuropei** (in particolare **USA, JP, CHN, BR, AU e CA**)

# Il nuovo progetto



## Salva le esperienze che ti interessano

In questo momento non hai effettuato l'accesso con un account e rischi di perdere le esperienze che hai salvato

Salva le tue esperienze

Hai già un profilo? [Accedi](#)



## My Own Veneto

la tua area riservata su Venetoinside

## Ciao Silvia

All'interno di questa sezione potrai trovare tutte le tue richieste e prenotazioni, materiali da scaricare per vivere le esperienze che hai scelto e acquistato.



### 10 Consigli utili per visitare Venezia

Cose da non perdere, problemi e consigli per Venezia: venetoinside.com mette a vostra disposizione la sua esperienza da insider per aiutarvi a ...

[Continua a leggere >](#)



### Palladio e non solo: le 10 ville venete più belle, scelte per voi

Si pensa sempre che le più belle ville venete siano quelle costruite dal Palladio. E' un concetto vero solo in parte, in realtà, perché alcune tra ...

[Continua a leggere >](#)



### Festa del Redentore 2020

La grande festa del Redentore a Venezia 2020 vi aspetta sabato 18 e domenica 19 luglio: tra grandi eventi e spettacolari fuochi d'artificio...

[Continua a leggere >](#)



### 10 luoghi da non perdere in Veneto

Se state programmando una vacanza in Veneto, cosa vedere è sicuramente uno dei primi punti da decidere! In questa pagina potrete trovare una lista dei posti

[Continua a leggere >](#)

## Novità in termini di:

- look & feel
- tone of voice
- UX
- funzionalità
- prodotti
- differenziazione

# Differenziazione: le 5 Buyer Personas di Venetoinside

1.  
Turista mass-  
market

2.  
Turista luxury

3.  
Local

4.  
Utente  
informativo

5.  
Viaggiatore  
curioso



# Il 'Viaggiatore Curioso': chi è e cosa cerca

- ✓ **straniero o italiano**, di norma viaggia **in coppia o da solo**, tendenzialmente di **livello culturale medio-alto**
- ✓ **non** si sente un **'turista'** ma piuttosto un **'viaggiatore'**
- ✓ sensibile alle tematiche legate alla **sostenibilità**
- ✓ ama arrivare preparato nei luoghi che visita, con **attenzione al budget** e soprattutto al **'value for money'**
- ✓ non gli piacciono le esperienze troppo standardizzate perché vuole **vivere i luoghi come un locale** ed è attratto dai **posti meno conosciuti**
- ✓ cerca proposte che gli permettano **di immergersi nella cultura del territorio**



# Il 'Viaggiatore Curioso' & Insidecom

- Da diversi anni ormai Insidecom ha compreso che questo **segmento di mercato è in crescita** e ora la **pandemia** ha dato un **ulteriore boost** a questo trend
- Oggi più che mai lo **sviluppo del nostro business è focalizzato sulla creazione e distribuzione di servizi in linea con le sue esigenze e i suoi interessi**, che sempre più comprendono diversi aspetti della cultura (enogastronomia, paesaggio, contatto con la comunità locale, ecc).
- Avvio progetti di collaborazione virtuosa con diversi partner:



# Basilica di San Marco a Venezia



- per 10 anni siamo stati fornitori del **servizio skip the line** di accesso alla **Basilica di San Marco** in collaborazione con la Procuratoria di San Marco, ampliando il servizio anche al **Campanile** negli ultimi 2 anni
- per 6 anni abbiamo progettato, realizzato e condotto con nostre guide la **visita regolare 'La Basilica di S. Marco e i suoi Tesori'**, che prevedeva l'accesso a **luoghi normalmente chiusi al pubblico** (Battistero e Cappella Zen), ideata con l'obiettivo condiviso di ampliare la fruizione del bene al pubblico ma in modo consapevole e rispettoso

# La Fondazione Querini Stampalia a Venezia



Fondazione  
Querini Stampalia  
Onlus



- nel 2018 abbiamo avviato una partnership importante con l'obiettivo di incrementare le visite da parte dei visitatori **internazionali** (presenti nella vicina area marciana ma fino ad allora non intercettati)
- la partnership si è presto evoluta in un **progetto** che aiutasse il Museo a **comunicare meglio** la propria sfaccettata identità nei confronti del visitatore **domestico**, oltre a quello internazionale
- abbiamo elaborato percorsi guidati di approfondimento (es: intervento scarpiano al piano terra), visite guidate a tema festività veneziane (es: Redentore, Carnevale) che valorizzassero la collezione del Museo e il suo rapporto con la città, ecc

# Il progetto Timeless Villas



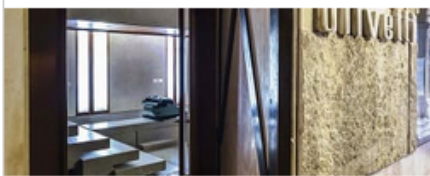
- **selezione** di dimore, in tutto il Veneto, ciascuna unica nel suo genere, pensata per rivolgersi al visitatore curioso, più e meno esperto
- corposo lavoro **redazionale** di informazione sul mondo Ville Venete
- elaborazione di esperienze memorabili e **legate all'identità** originale ed irripetibile della singola dimora
- attività confezionate sulle **peculiarità** della singola villa o su **interessi specifici** (es: gametours, percorsi per famiglie) e modalità di visita lente e sostenibili (es: bike)



Villa dei Vescovi Fai a  
Luvigliano di Torreglia (Padova)



Negozio Olivetti FAI a Venezia



## I beni FAI in Veneto

- il nostro approccio da subito è stato rivolto a valorizzare l'identità dei due beni, molto diversi tra loro, attraverso esperienze rispettose del **genius loci**
- partnership commerciale proattiva, come **tour operator di riferimento** per il Veneto
- durante la pandemia, questo approccio si è rivelato chiave per rispondere alle **nuove esigenze di visita** di luoghi all'aria aperta e lontani dagli itinerari più battuti, con risultati significativi in termini di numeri
- le esperienze attuali e quelle future sono pensate per **interessi diversificati**, in stretta relazione al **contesto territoriale** (es: visita con degustazione vini Colli Euganei a Villa dei Vescovi)



# Grazie a tutti per l'attenzione

**Scrivici:**

[elena.stella@insidecom.it](mailto:elena.stella@insidecom.it) | [elisa.berton@insidecom.it](mailto:elisa.berton@insidecom.it)

**Approfondisci su:**

[www.insidecom.it](http://www.insidecom.it) | [www.venetoinside.com](http://www.venetoinside.com)

*Convegno Ciset @ Tourisma Firenze - 17 dicembre 2021*

