

# BE-Wizard! 2017

Dalla navigazione online alla digital experience



La digital experience è stato il tema al centro della IX edizione di BE-Wizard! svoltasi al Palacongressi di Rimini dal 31 marzo al 1 aprile. L'evento, di caratura internazionale, ha portato sulla scena una sessantina di esperti in materia di web-marketing, ad oggi uno degli strumenti più utili ed efficaci per migliorare vendite e reputazione. La due giorni si è confermata un laboratorio dell'innovazione per la sperimentazione di nuovi percorsi, tra diverse competenze d'alto profilo, contributi specialisti di stakeholder del comparto digital e accreditati esperti. Grande l'affluenza da tutta Italia, Emilia-Romagna Lombardia e Veneto in testa, ma anche dal centro (Lazio, Marche e Toscana) e dal Sud (Puglia, Sicilia e Sardegna in particolare).



## Persone reali e profili digitali sono oggi un unico mondo

In risposta alla rapida e continua evoluzione del settore tecnologico, l'evento ha fornito risposte e strumenti di lavoro sia agli imprenditori del turismo, che a quelli del settore food e business on line, adde-



ti ai lavori inclusi. Oggi gli utenti sono diventati multiscreen (anche in Italia ormai il 50% delle ricerche avviene da *mobile*) e vivono in una realtà virtuale tra negozi online, realtà aumentata e social media. È in atto un processo della digitalizzazione della realtà che sta provocando una contaminazione costante e reciproca della dimensione fisica e di quella digitale, come ha dichiarato anche **Paolo Zanzottera** durante il suo intervento a Rimini «Non ha più senso distinguere tra esperienza reale e digitale. Persone reali e profili digitali sono ormai la stessa cosa, ed è ora di digitalizzare i modelli di business considerato che ormai non distinguiamo più digitale e fisico; è un unico mondo, non ha più senso parlare di popolo della rete. Il futuro? Marketing e comunicazione off e on line devono avere un unico atteggiamento». Nella sessione specialistica dedicata al turismo, Destination Management e Destination Marketing, hotellerie e brand identity sono stati i principali focus trattati. Tra i contributi più seguiti in tema di Digital Marketing per il Turismo 2.0 quello di Josep Ejarque, tra i massimi esperti di promozione turistica, dedicato al tema user generated content: «Il 76% dei turisti posta immagini relative ai luoghi di vacanza sui profili social e il 72% degli utenti attivi su Facebook si registra in una location durante un viaggio. È evidente, dunque, che per una destinazione come per una struttura ricettiva diventa fondamentale ottimizzare a proprio vantaggio i contenuti generati on line, considerato anche che il 52% degli utenti Facebook riconosce di ispirarsi alle immagini che gli amici pubblicano in bacheca e conferma che racconti e foto postati hanno influenzato la loro scelta. A supporto di ciò, un altro dato importante: l'81% dei turisti ritiene importanti le opinioni di altri turisti e il 49% non prenota senza prima analizzarne le recensioni». La grande trasformazione – secondo Ejarque – è che da un mercato di domanda si è passati ad un mercato di offerta «Il turista, vuole certo ancora flessibilità, comodità, convenienza, ma soprattutto desidera informazioni; ciò nonostante il 76% dei turisti considera le informazioni ufficiali poco credibili», ha aggiunto l'esperto durante il suo intervento. «L'influenza delle raccomandazioni digitali sta generando forti ri-



percussioni nel comparto: i dati di Oxford Economics dicono che Tripadvisor ha influenzato il 13% dei viaggi internazionali. Per quanto riguarda la scelta della destinazione e dell'hotel, i viaggiatori sono stati condizionati dalle recensioni degli utenti in base alle quali sono state prese decisioni di viaggio, mentre per quanto riguarda il turismo domestico l'impatto è stato del 7%. «Il mondo sta cambiando e continuerà a cambiare radicalmente e rapidamente», è stato il commento di Enrico Pozzi, ideatore di BE-Wizard! «e proprio partendo da questa premessa, in questa edizione, è stato dato spazio ancora più ampio alle sessioni specialistiche e ai case study di successo. La mission dell'evento è fornire al pubblico una formazione immediatamente trasferibile e applicabile nel proprio ambito di business specifico, perché per emergere occorre cambiare approccio velocemente». Durante la giornata d'apertura l'hashtag #bewizard si è posizionato tra i primi cinque trend topic Italia su Twitter. P.T.

