

Cos'è?

FunkyB è uno studio di consulenza di marketing, comunicazione, creatività e management delle destinazioni turistiche, ed è un osservatorio permanente sui trend dei settori turismo e tempo libero.



Oggi **tutte le aziende** sono, **o dovrebbero essere,** fondate sul cervello

FunkyB è un modo diverso (funky appunto) di fare business, di fare impresa, le cui caratteristiche sono:

- **infointermediario:** l'informazione è al centro del business. Il suo confezionamento crea valore. E' a partire dalla ricerca, dalle informazioni e dalle competenze che FunkyB crea e sviluppa il suo business;
- **camaleontica:** è piccola, agile e leggera, mutevole nel tempo, si differenzia costantemente per anticipare l'evoluzione del mercato, è strategicamente competitiva;
- **glocale:** è insieme globale e locale, adegua idee e progetti di ispirazione (o tendenza) globale a realtà ed esigenze locali;
- **focalizzata:** su pochi ma concreti obiettivi. Il core business è molto chiaro: destination management;
- **innovativa:** fa della creatività la sua principale arma, la normalità non paga, ogni approccio è unico ed originale, sfida i limiti, sperimenta in continuazione;
- **orizzontale:** è aperta e non verticistica, trasparente, è un nodo di un network più grande, un anello della catena, aggrega secondo le circostanze, si plasma sul progetto.

Il business



C'è bisogno
di un nuovo modo di agire.

C'è bisogno
di un nuovo modo di condurre gli
affari: inusuale e imprevedibile.

C'è bisogno
di Funky Business.

Il turismo è business.

E' una delle attività economiche che nonostante le crisi e le guerre cresce più rapidamente. Il tempo libero a disposizione degli individui è sempre in aumento.

Il viaggiatore, oggi, ricerca principalmente due cose: "value for

time" e "value for money", cioè un valore, un vantaggio, un piacere a fronte del tempo e del denaro che decide di spendere in una determinata località.

Qualsiasi località può trasformarsi in una destinazione turistica.

Ma per costruire il prodotto-destinazione bisogna procedere per tappe, ognuna delle quali viene analizzata, progettata e coordinata da una nuova figura professionale: il destination manager.

Il destination manager

Si tratta di una nuova figura professionale che aggiunge valore al prodotto turistico complessivo, facendo in modo che la destinazione possa acquisire un'identità distintiva e che tutte le realtà imprenditoriali presenti nel territorio lavorino coordinando le proprie attività e i propri servizi, in sinergia con gli enti locali.

Inoltre, fra i compiti del destination manager rientrano anche quelli connessi con le previsioni relative agli sviluppi della domanda, ai trend del mercato ed all'andamento dell'offerta, sulla base delle quali deve impostare, insieme con i produttori dei servizi, un lavoro volto a garantire la competitività della destinazione, all'interno di uno sviluppo sostenibile e redditizio. Infine, il destination manager assume il monitoraggio dello sviluppo della destinazione, verificando l'articolazione e l'efficacia dei prodotti e delle offerte.

Sintetizzando: il suo compito è quello di creare un sistema territoriale composto da imprenditori privati ed enti pubblici e di garantirne il funzionamento.

Il target

Il target principale di FunkyB è costituito dagli enti locali che, a fronte di specifiche esigenze, ricercano soluzioni adeguate.

Target:

- comuni
- province
- Apt
- Regioni
- Assessorati
- Comunità montane
- Consorzi
- Fondazioni
- Associazioni.



I clienti adesso
vogliono esperienze,
e sono disposti a pagare
per accedere ad esse.

Esigenze:

- valorizzare le risorse presenti sul territorio
- studiare il target potenziale e la vocazione di un territorio
- promuoverne l'immagine territorio
- affiancare servizi di livello adeguato alle risorse già presenti
- individuare o creare nuove nicchie di mercato turistico
- coordinare gli imprenditori locali per comunicare correttamente la località dal punto di vista turistico.

Soluzioni:

- diagnostica della destinazione
- individuazione delle risorse e delle potenzialità (punti di forza e di debolezza)
- selezione del target
- definizione dell'identità della destinazione
- analisi del mercato turistico
- ricerca, innovazione e creatività
- creazione del prodotto turistico
- redazione di piani di sviluppo turistico
- promozione della destinazione
- comunicazione della destinazione
- vendita della destinazione
- management del brand.

La consulenza

FunkyB è in grado di offrire una consulenza integrata e globale nei settori del tempo libero e del turismo e precisamente:

- ricerche nel settore del tempo libero e del turismo

Qualsiasi progetto di business non può prescindere da una prima fase di ricerca ed analisi. E' l'informazione il perno di tutto.

Le aziende di tutto il mondo spendono miliardi di dollari per ottenere informazioni sui propri consumatori. Il prodotto turistico

richiede una strategia basata su informazioni, ricerche di mercato, dati, tendenze.



La conoscenza è come un **virus mortale**, una volta liberata nulla può fermarla.

E' **finito il tempo dell'improvvisazione**, è il mercato che decide, o si è appetibili e in grado di offrire un prodotto che supera le aspettative o si resta **tagliati fuori**. Il turismo ed i turisti stanno cambiando, bisogna assumere un'ottica future-oriented cioè tale da poter prevedere i possibili cambiamenti che avvengono nel settore e adeguare così la pianificazione strategica di marketing sulla base dei mutamenti individuati.

FunkyB è un osservatorio permanente sui trend dei settori turismo e tempo libero, una fonte di informazioni molto preziose per sviluppare il business di un'iniziativa imprenditoriale o la pianificazione strategica di una destinazione.

La consulenza

- gestione del marketing e della comunicazione



È l'attenzione che conta.
Se non catturate
l'attenzione di futuri
clienti o impiegati,
siete finiti.

Questa fase del processo riguarda la promozione della destinazione turistica.

Promuovere significa comunicare con i potenziali turisti per cercare di convincerli che l'offerta proposta è in grado non di andare incontro alle loro aspettative ma di superarle, risultando

più appetibile rispetto a quella di altre destinazioni concorrenti.

Due aspetti principali caratterizzano questa fase:

- 1) la chiave del successo per il marketing di una destinazione consiste nel rendere tangibile qualcosa che per natura tangibile non è: la vacanza. Cioè nel trasformare in benefici concreti ciò che appare solo una proposta astratta;
- 2) mentre solitamente il prodotto va verso il cliente, nel caso del turismo è il cliente che va verso il prodotto, e quindi bisogna convincerlo a muoversi. La scelta della strategia promozionale è determinante per il successo di una destinazione.

FunkyB si occupa di redigere piani di marketing volti alla valorizzazione del territorio ed alla promozione delle sue risorse. Di sviluppare una comunicazione che, diversamente dall'advertising tradizionale, miri alla vendita di uno spazio immaginario (quello che coincide con il luogo della vacanza) presentato come un valore che, contemporaneamente, contribuisce alla costruzione del "prodotto vacanza", dell'identità di un territorio e di quella del turista.

La consulenza

- progettazione e organizzazione di eventi

L'evento è un oggetto comunicativo che sollecita la dimensione dell'agire. E' il momento culminante di un rito che sviluppa gradi differenti di fascinazione.

E' un'occasione per aggregare un insieme di persone intorno ad un insieme di valori: quelli del territorio.



Le **esperienze** sono eventi che coinvolgono gli individui sul **piano personale**.

Inscenare esperienze non significa intrattenere ma **coinvolgere**.

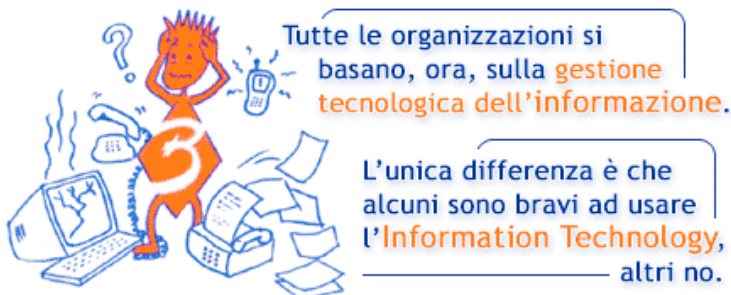
L'evento è un'occasione di **visibilità** per una comunità ma è anche un prodotto di per sé oltre che uno **strumento di comunicazione**.

L'ideazione e la gestione degli eventi diventa, quindi, un passaggio obbligato nel processo di sviluppo di una destinazione turistica o di promozione di un'attività imprenditoriale nel settore turistico. Senza dimenticare che all'ideazione e gestione segue poi la fase di verifica dell'efficacia dell'evento stesso.

FunkyB si occupa di ideare e gestire occasioni di incontro all'interno di un territorio che costituiscono, per portata e caratteristiche, eventi a tutti gli effetti. Lo scopo è quello di legare coerentemente l'immagine e l'identità di un territorio con la vocazione al consumo dei suoi visitatori.

La consulenza

- gestione di progetti sul web



La convergenza comunicativa presuppone la capacità di creare sinergia tra i diversi media e tra le diverse strategie di contatto con i clienti.

Ormai la comunicazione digitale ha superato la fase embrionale e si è

conquistata il giusto spazio anche nel settore del turismo. Oggi si parla di comunicazione integrata tra i vari media, quelli tradizionali e quelli digitali.

Il management della destinazione turistica non può prescindere dall'utilizzo delle nuove tecnologie della comunicazione.

FunkyB si occupa di coordinare e gestire progetti sul Web, finalizzati alla promozione (web marketing) delle destinazioni turistiche, sfruttando appieno le potenzialità dei nuovi media.

Il destination management

Dall'integrazione di questi servizi nasce un concetto nuovo: quello di destination management.

Il destination management è un'attività innovativa e moderna.

Parte da una concezione di base che ritiene la ricchezza del patrimonio artistico o paesaggistico di una località non più sufficiente per trasformare il territorio in prodotto turistico. Oggi è necessario considerare i luoghi come sistemi integrati che mettono insieme le risorse e le attrattive e nei quali giocano un ruolo fondamentale anche le aziende che forniscono servizi diretti e indiretti al turista.

Il destination management indica la strada da seguire per fare di una località qualsiasi, anche apparentemente non adatta, una destinazione turistica di successo.