Accoglienza, ospitalità e digitale

Come le destinazioni possono creare un brand e affermarsi in un mercato globale

Carlo Gallino, CEO Mycomp

Forum Turismo Destinazione Ogliastra
Tortolì, 3 maggio 2023

Carlo **Gallino**

CEO & Founder @ Mycomp srl
CInO @ Myguestcare

carlo.gallino@mycomp.i

T. +39 070 899 51

09

- ✔ **Ingegnere Elettronico**
- ✔ **Dipendente per 15 anni in aziende d'informatica nazionali e internazionali**
- ✔ **Nel 2004 fonda Mycomp**
- ✔ **Da 20 anni si occupa di innovazione tecnologia e marketing per l'ospitalità. Mycomp aiuta gli operatori turistici a migliorare la vendite, ottimizzare la redditività e a semplificare la complessità organizzativa**

MyComp Hospitality Solutions

- **Nel 2005 crea un TO online per vendere Sardegna/Sicilia/Puglia**
- **Nel 2012 vende il TO**
- **Dal 2012 inizia a fornire la tecnologia e il know-how a quelli che prima erano i clienti del TO**
- **In questi 11 anni ha supportato centinaia di imprenditori turistici nella trasformazione digitale per cogliere le opportunità che Internet e gli strumenti digitali offrono per la vendita del prodotto turistico.**

MyComp Hospitality Solutions

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions

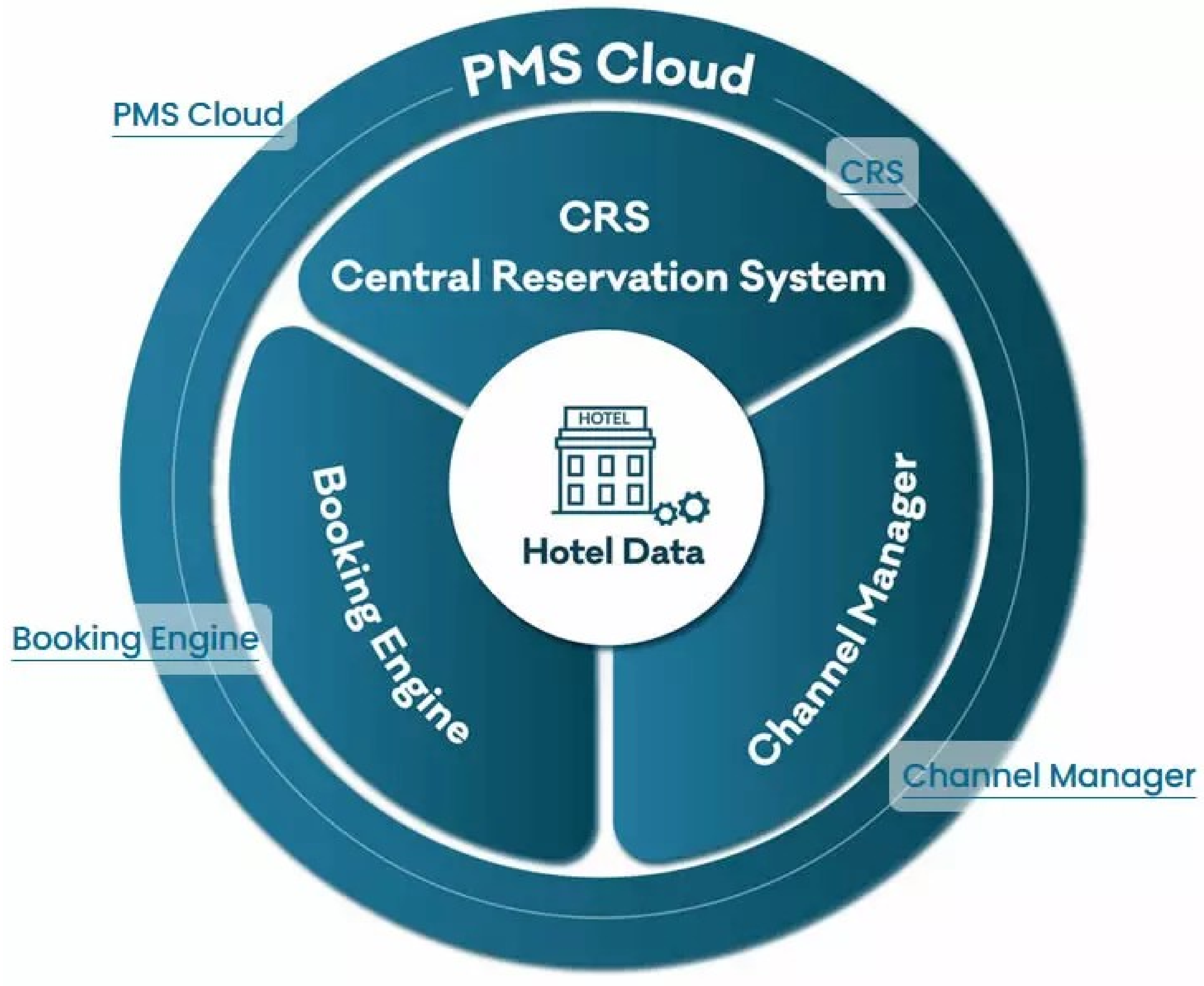
Oggi MyComp è leader in Sardegna (ma opera in tutta Italia) nelle soluzioni integrate per l'hospitality che consentono alle aziende turistiche di aumentare il fatturato e di massimizzare la presenza online, migliorando allo stesso tempo la gestione.

- ✓ **SOFTWARE MYGUESTCARE**
- ✓ **DIGITAL MARKETING**
- ✓ **REVENUE MANAGEMENT**
- ✓ **WEB MARKETING TURISTICO**
- ✓ **SITI WEB**
- ✓ **CONSULENZA VENDITE**

gruppo azione locale ogliastra

GAL OGLIASTRA

MYGUESTCARE



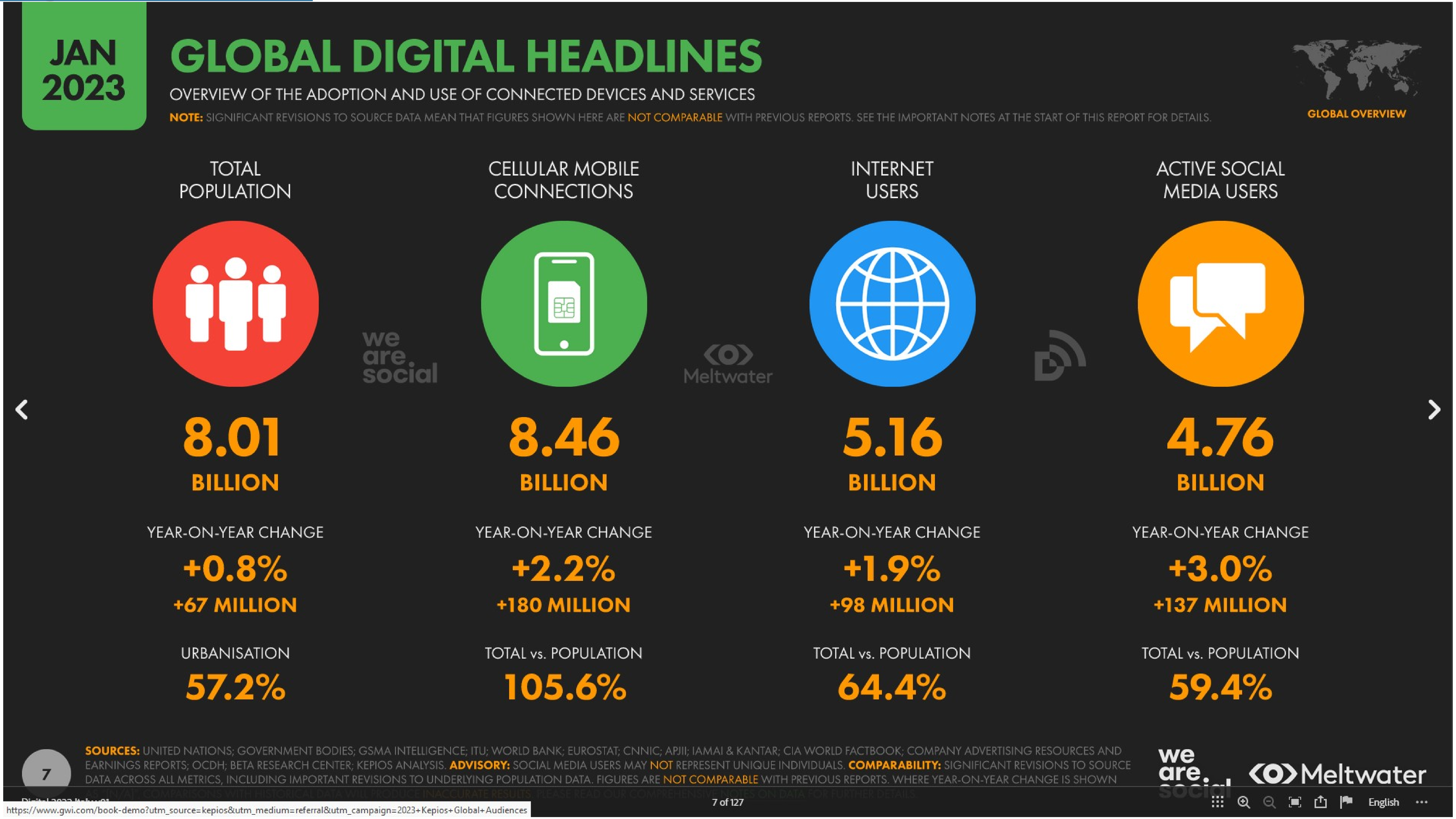
Che contributo posso portare al Forum Turismo Ogliastra?

Qual è il nostro punto di osservazione sull’Ogliastra?

Vediamo prima qualche numero del Digitale

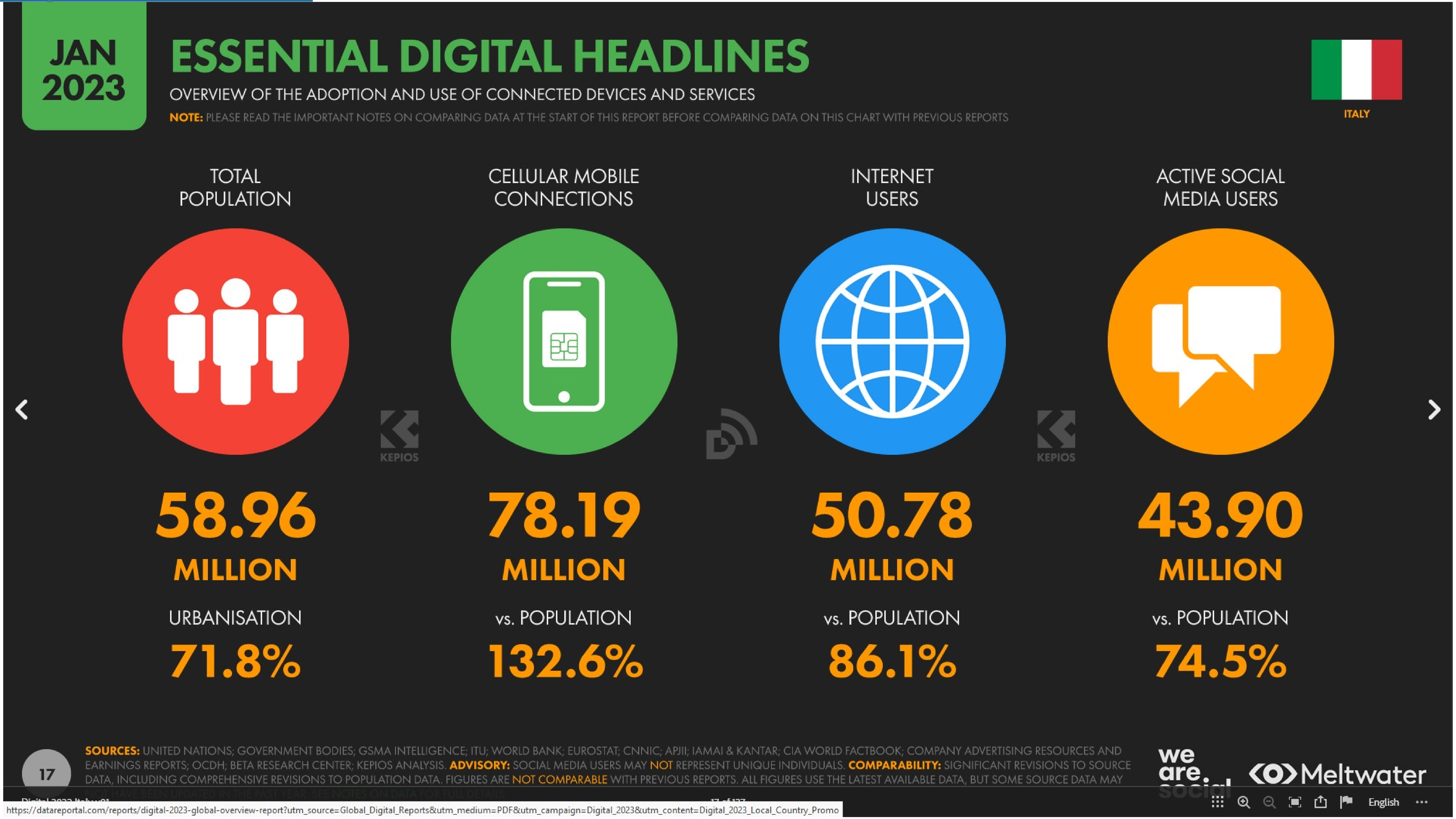
Il Digital in Italia

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions



Il Digital in Italia

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions



JAN 2023

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES

ITALY

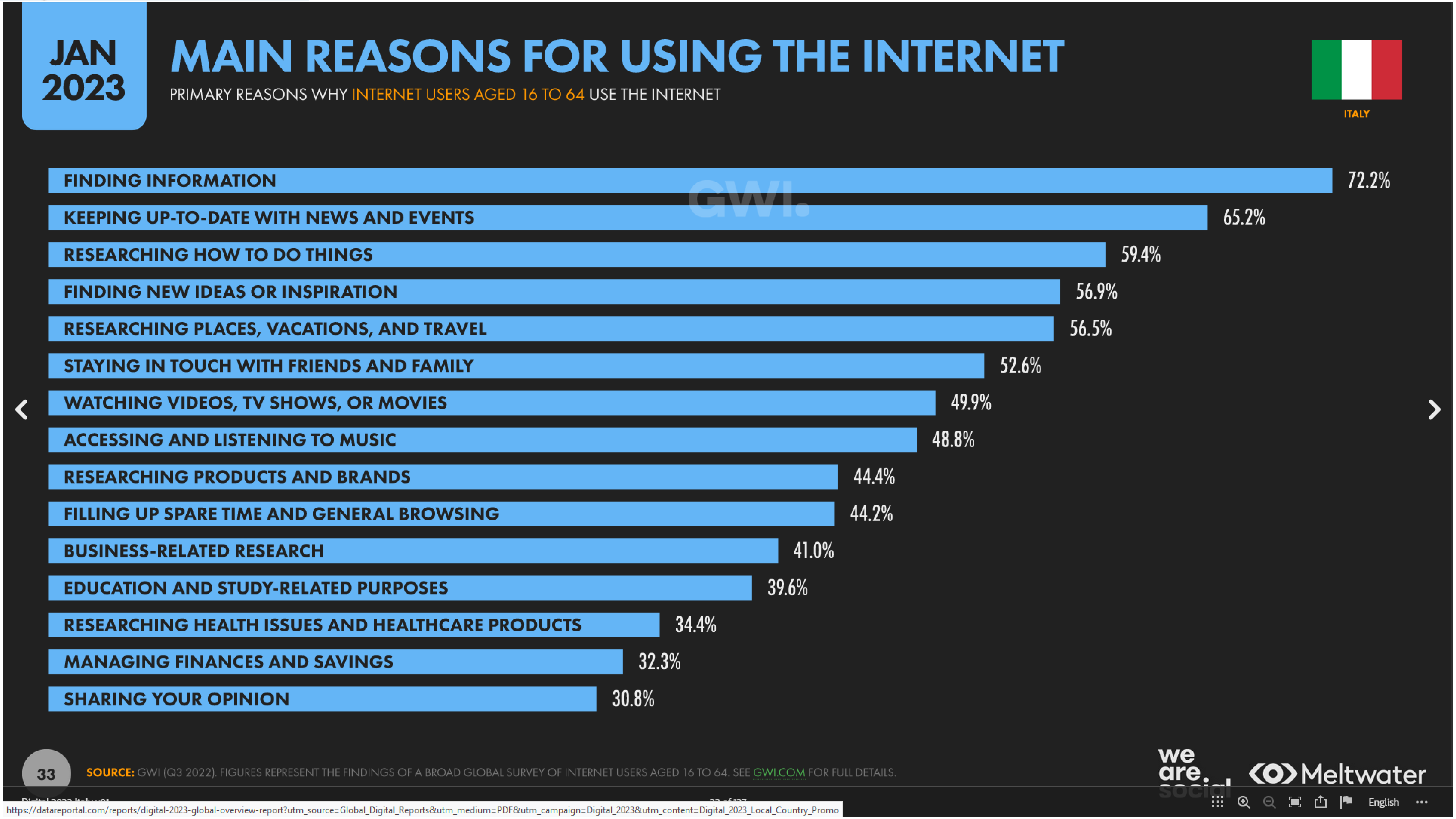
TIME SPENT USING THE INTERNET	TIME SPENT WATCHING TELEVISION (BROADCAST AND STREAMING)	TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA	TIME SPENT READING PRESS MEDIA (ONLINE AND PHYSICAL PRINT)
5H 55M	3H 13M	1H 48M	1H 22M
YEAR-ON-YEAR CHANGE -4.1% (-15 MINS)	YEAR-ON-YEAR CHANGE +0.5% (+1 MIN)	YEAR-ON-YEAR CHANGE +0.9% (+1 MIN)	YEAR-ON-YEAR CHANGE +1.2% (+1 MIN)

TIME SPENT LISTENING TO MUSIC STREAMING SERVICES	TIME SPENT LISTENING TO BROADCAST RADIO	TIME SPENT LISTENING TO PODCASTS	TIME SPENT USING A GAMES CONSOLE
1H 05M	1H 10M	0H 32M	0H 48M
YEAR-ON-YEAR CHANGE [UNCHANGED]	YEAR-ON-YEAR CHANGE +1.4% (+1 MIN)	YEAR-ON-YEAR CHANGE +10.3% (+3 MINS)	YEAR-ON-YEAR CHANGE -2.0% (-1 MIN)

SOURCE: GWI (Q3 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE GWI.COM FOR FULL DETAILS. **NOTES:** CONSUMPTION OF DIFFERENT MEDIA MAY OCCUR CONCURRENTLY. TELEVISION INCLUDES BOTH LINEAR (BROADCAST AND CABLE) TELEVISION AND CONTENT DELIVERED VIA STREAMING AND VIDEO-ON-DEMAND SERVICES. PRESS INCLUDES BOTH ONLINE AND PHYSICAL PRINT MEDIA. BROADCAST RADIO DOES NOT INCLUDE INTERNET RADIO.

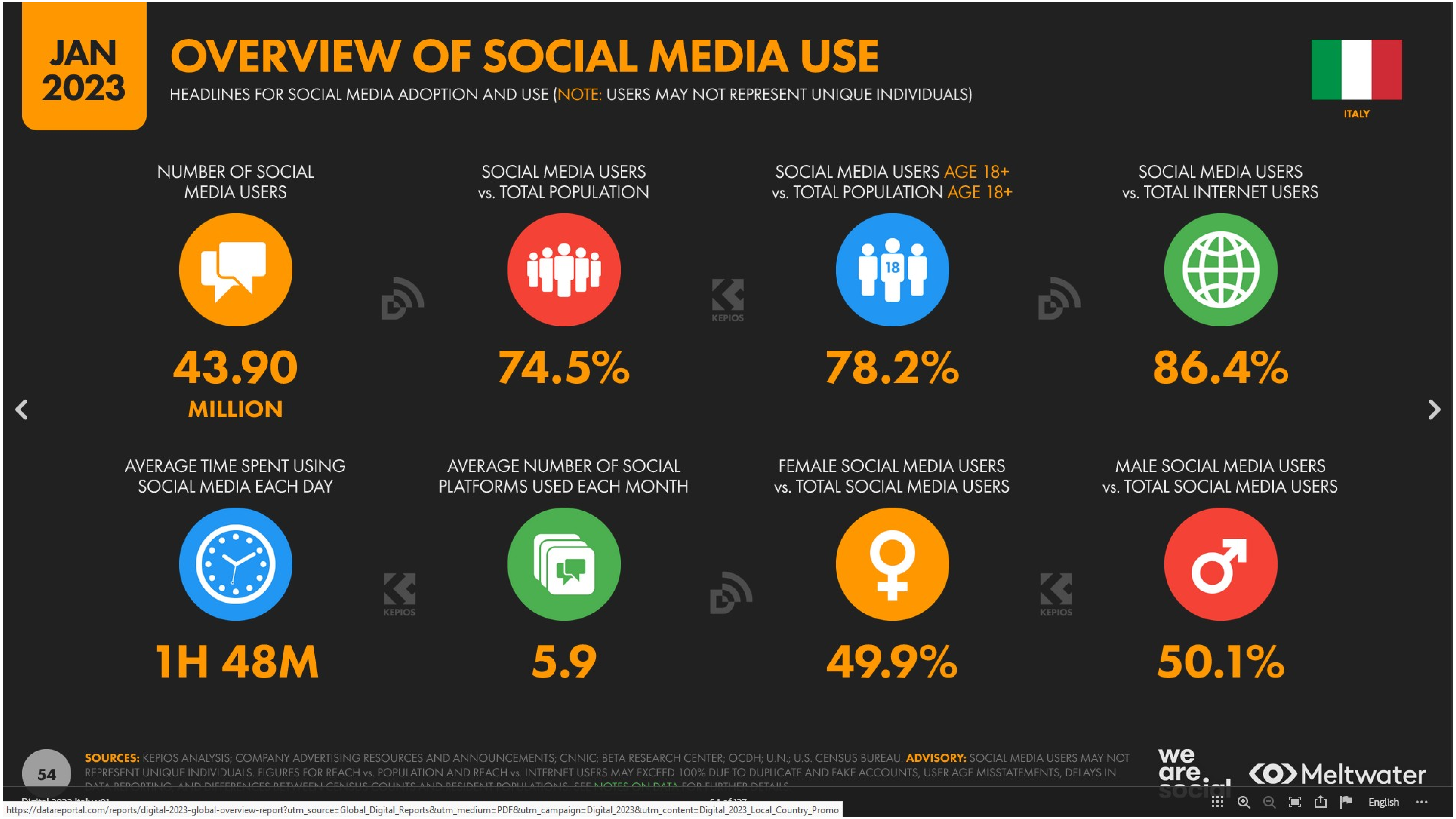
Il Digital in Italia

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions



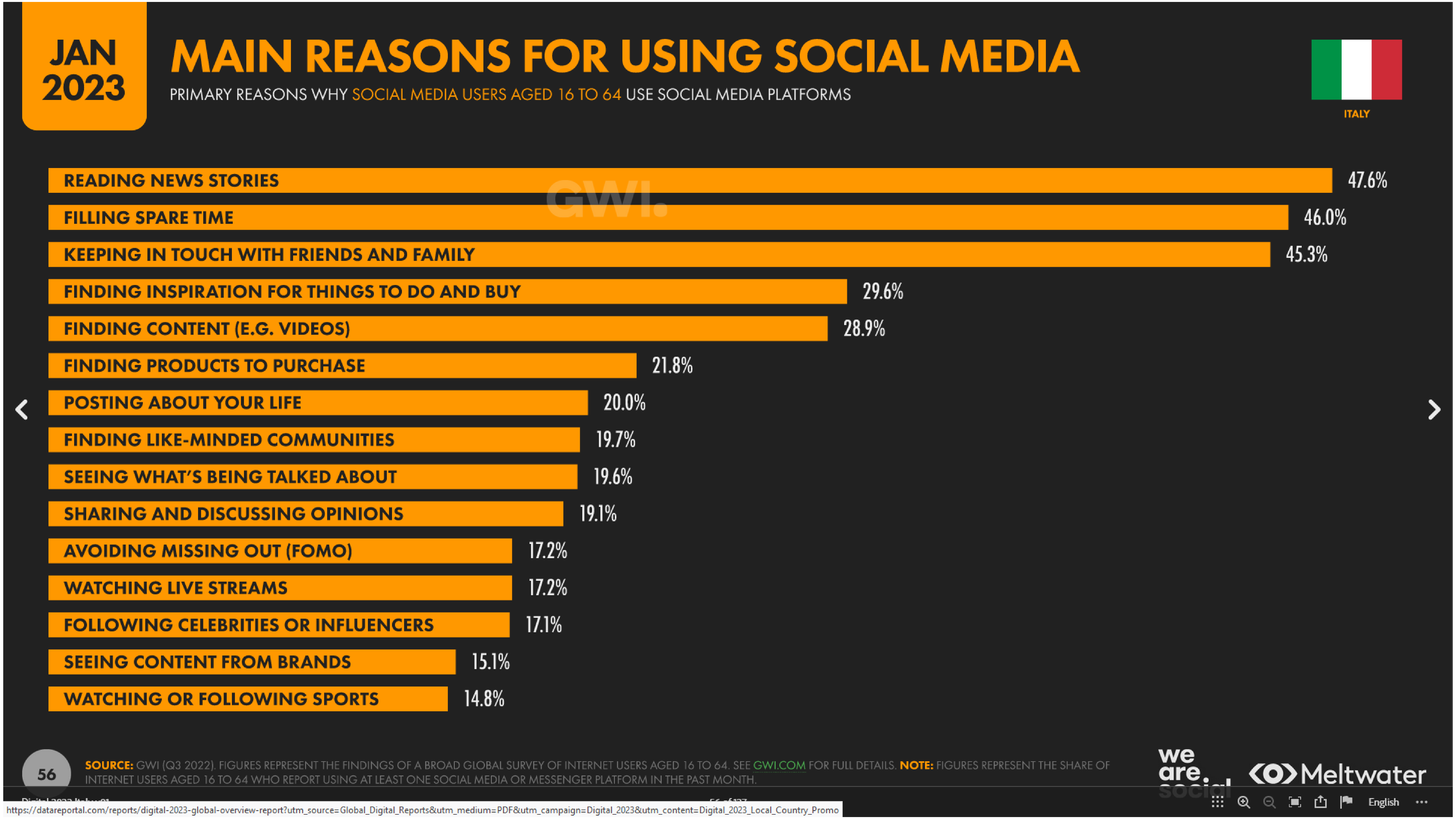
Il Digital in Italia

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions



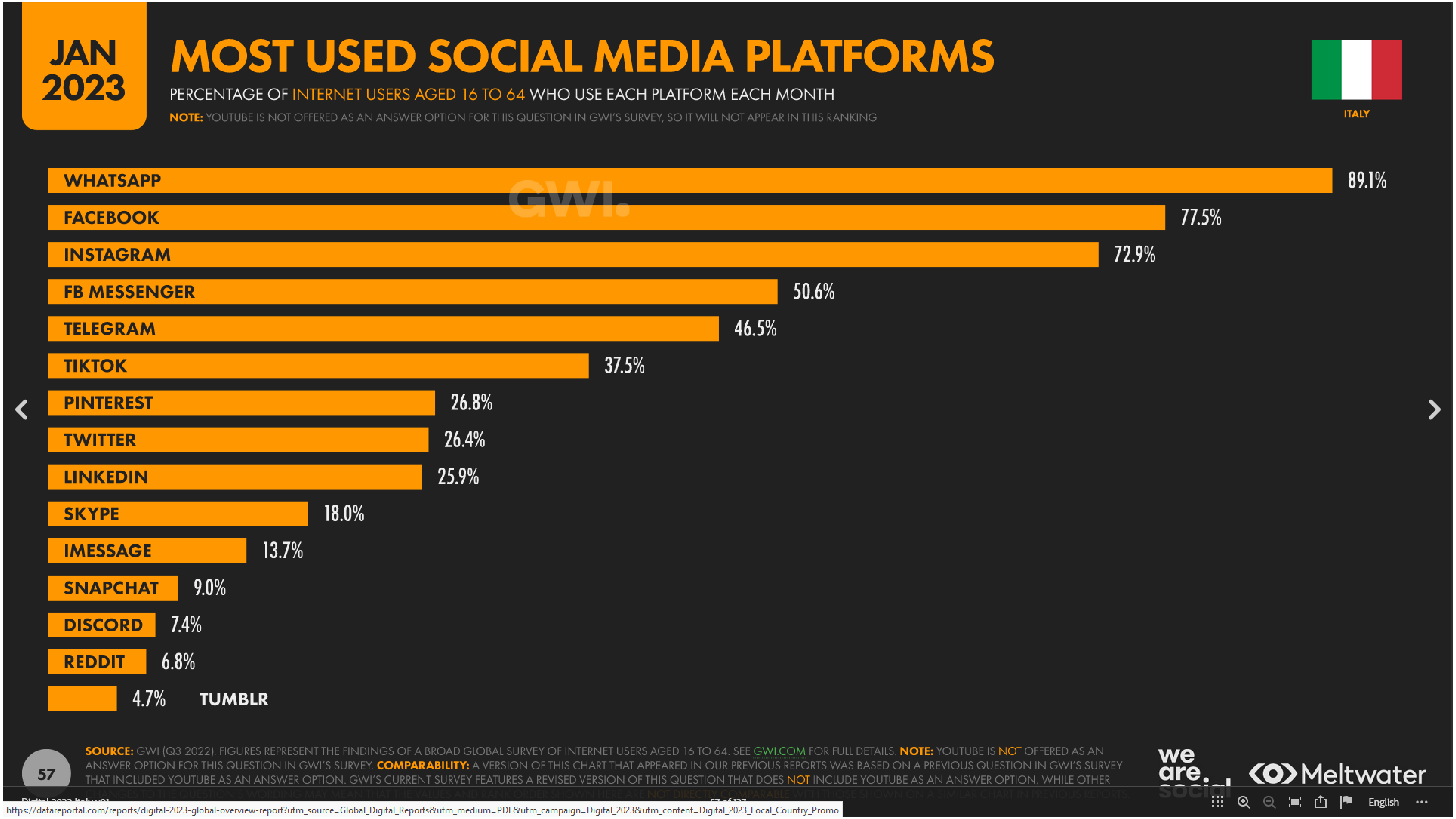
Il Digital in Italia

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions



Il Digital in Italia

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions



JAN 2023

ONLINE TRAVEL AND TOURISM

ANNUAL ONLINE SPEND ON TRAVEL AND TOURISM SERVICES (U.S. DOLLARS, FULL-YEAR 2022)

ITALY

FLIGHTS	TRAINS	CAR RENTALS	LONG-DISTANCE BUSES
$5.29 BILLION	$627.5 MILLION	$389.0 MILLION	$185.8 MILLION
YEAR-ON-YEAR CHANGE +83.5% (+$2.4 BILLION)	YEAR-ON-YEAR CHANGE +99.8% (+$313 MILLION)	YEAR-ON-YEAR CHANGE -8.1% (-$34 MILLION)	YEAR-ON-YEAR CHANGE +67.1% (+$75 MILLION)

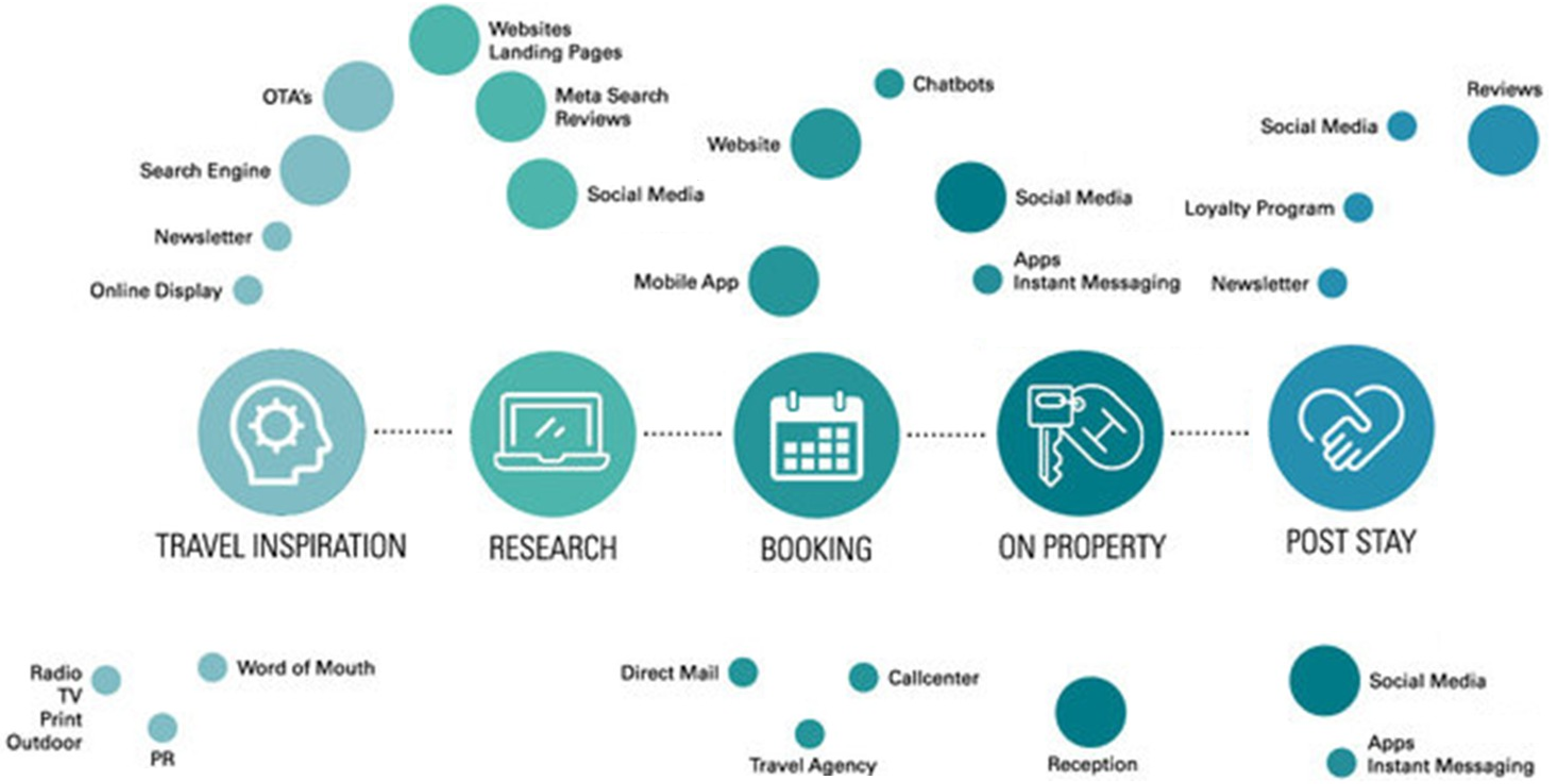
HOTELS	PACKAGE HOLIDAYS	VACATION RENTALS	CRUISES
$6.00 BILLION	$3.39 BILLION	$2.31 BILLION	$102.6 MILLION
YEAR-ON-YEAR CHANGE +194% (+$4.0 BILLION)	YEAR-ON-YEAR CHANGE +42.4% (+$1.0 BILLION)	YEAR-ON-YEAR CHANGE +48.5% (+$753 MILLION)	YEAR-ON-YEAR CHANGE +20.1% (+$17 MILLION)

SOURCE: STATISTA DIGITAL MARKET OUTLOOK; STATISTA MOBILITY MARKET OUTLOOK. SEE STATISTA.COM FOR MORE DETAILS. **NOTES:** FIGURES REPRESENT ESTIMATES OF FULL-YEAR REVENUES FOR 2022 IN U.S. DOLLARS, AND COMPARISONS WITH EQUIVALENT VALUES FOR THE PREVIOUS CALENDAR YEAR. VALUES DO NOT INCLUDE REVENUES ASSOCIATED WITH PUBLIC TRANSPORT, NON-COMMERCIAL FLIGHTS,

Ma come avviene le scelta di una destinazione turistica

Una rappresentazione lineare del Customer Journey?

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions



gruppo azione locale ogliastra GAL OGLIASTRA

Una rappresentazione più realistica secondo Google?

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions

gruppo azione locale ogliastra GAL OGLIASTRA

Quali sono le keyword da ricordare?

Consapevolezza

Fiducia

Accoglienza online e promozione turistica

Accoglienza come primo impatto

MYGUESTCARE

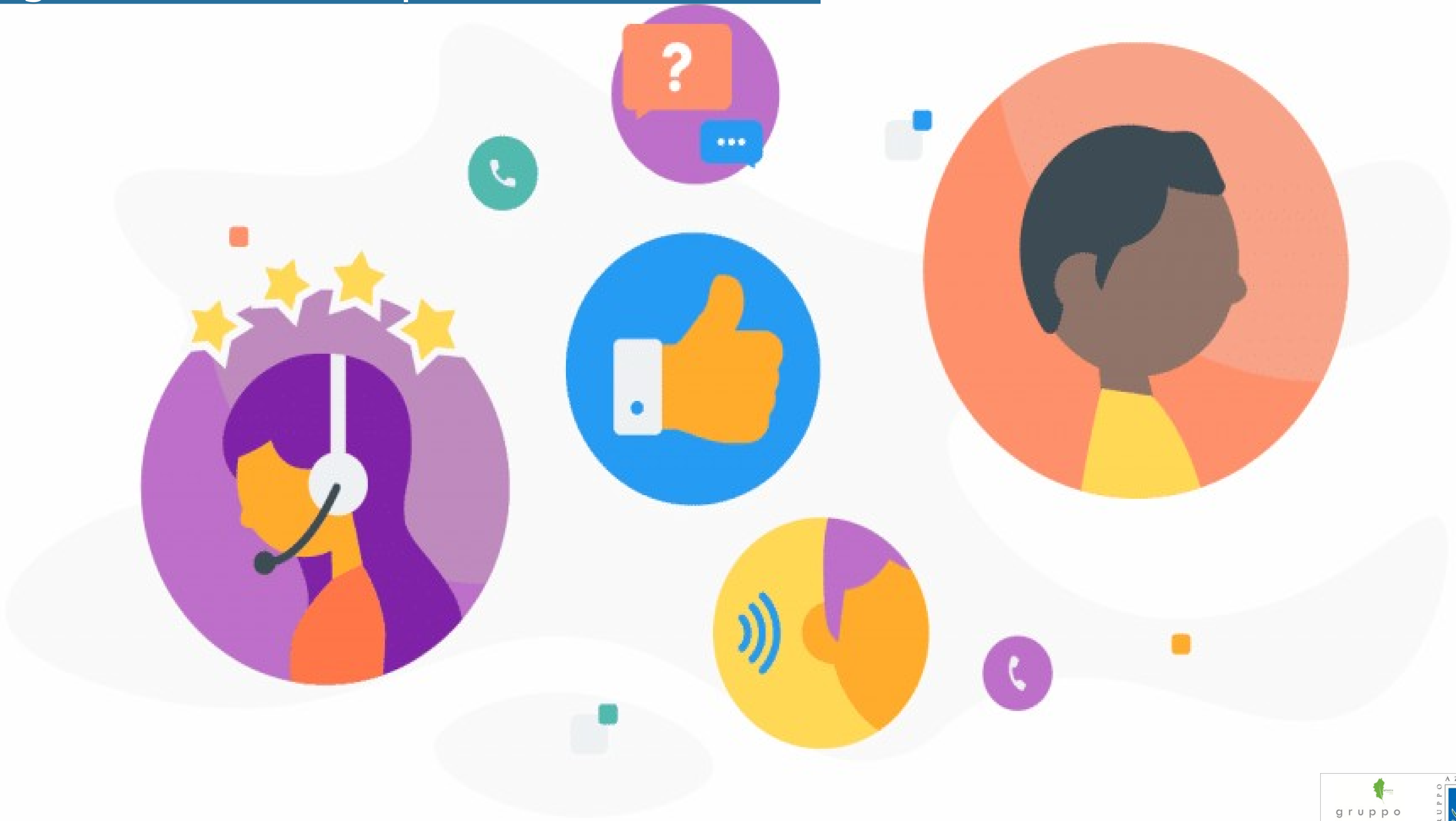
MYCOMP
Hospitality Solutions

gruppo azione locale ogliastra

GRUPPO AZIONE LOCALE
GAL
OGLIASTRA

Accoglienza come esperienza di valore

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions



gruppo azione locale ogliastra

GRUPPO AZIONE LOCALE GAL OGLIASTRA

Formazione del personale dell’accoglienza

MYGUESTCARE

MYCOMP
Hospitality Solutions

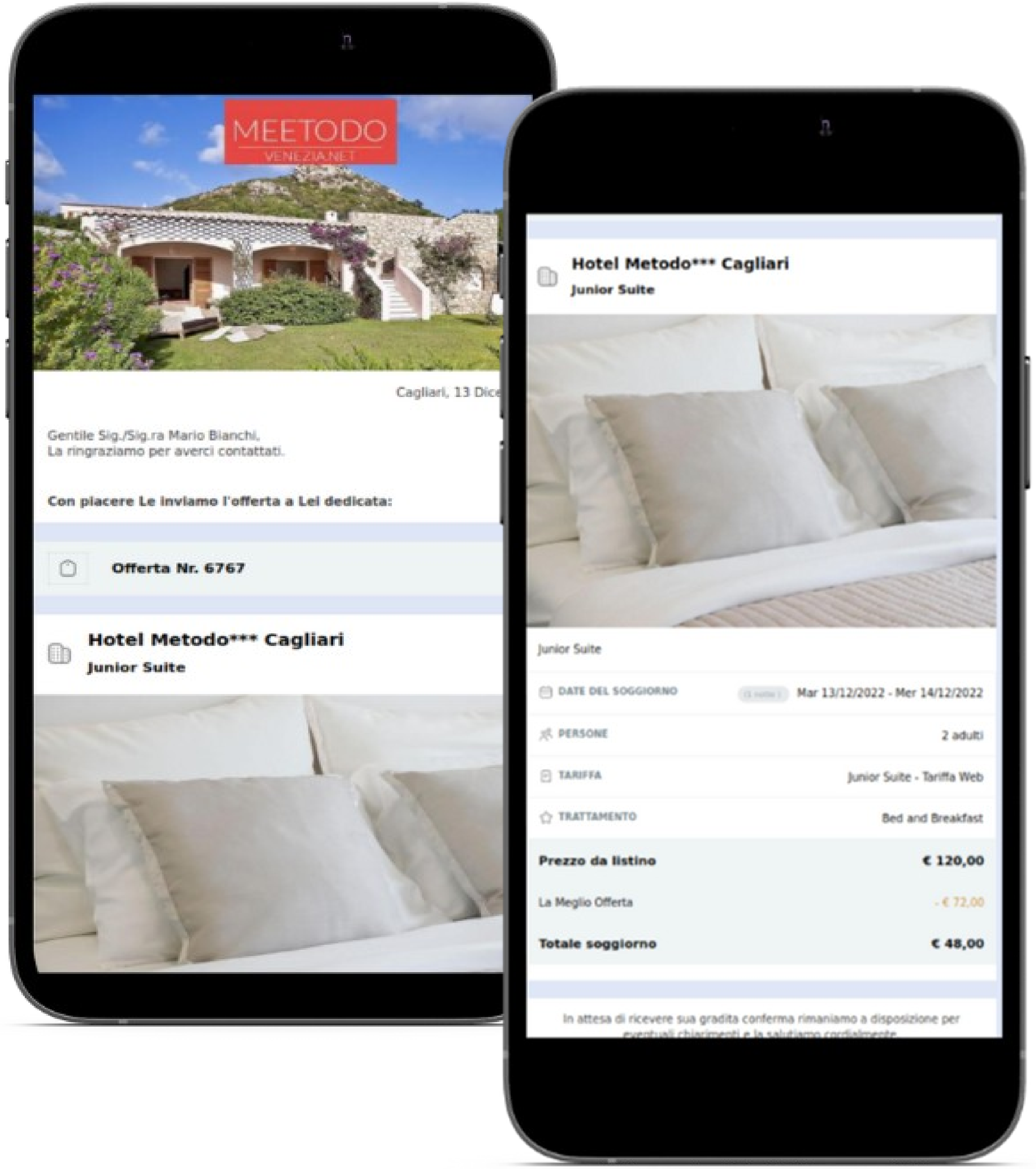
gruppo
azione
locale
ogliastra

GRUPPO AZIONE LOCALE
GAL
OGLIASTRA

Formazione del personale dell’accoglienza

Come creare un clima di benvenuto

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions



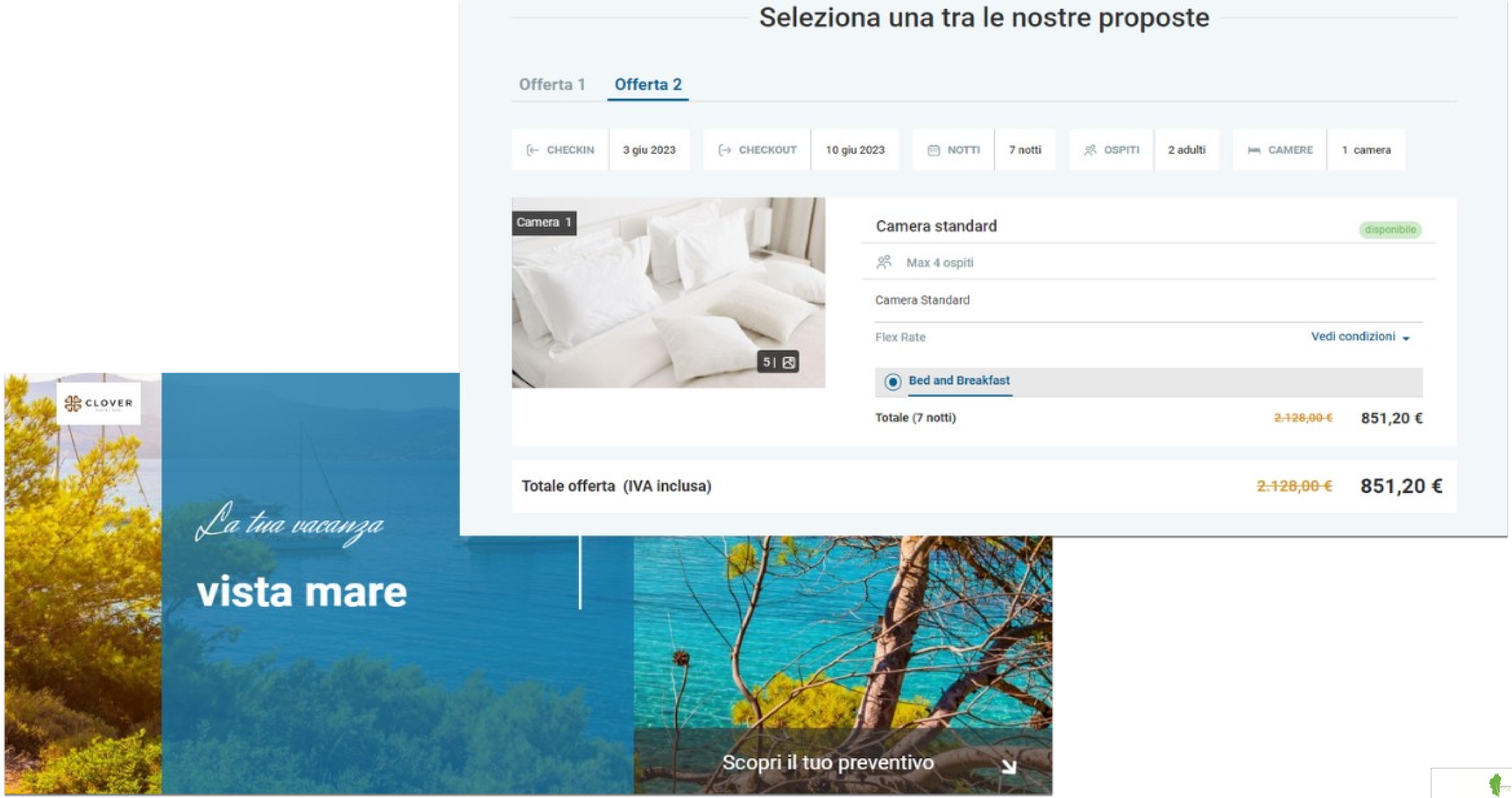
gruppo azione locale ogliastra

GRUPPO AZIONE LOCALE GAL OGLIASTRA

Come creare un clima di benvenuto

MYGUESTCARE

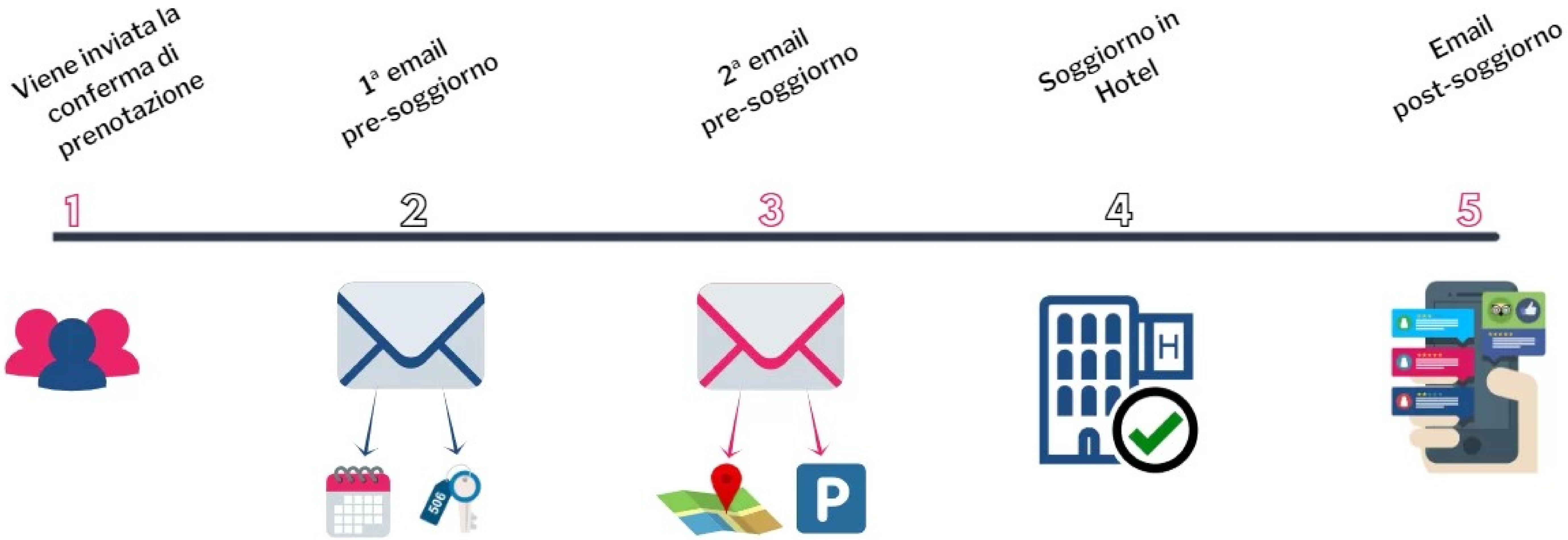
MYCOMP Hospitality Solutions



gruppo azione locale ogliastra

GAL OGLIASTRA

Come creare un clima di benvenuto



L’importanza dell’ospitalità nella scelta della destinazione

L’ospitalità come esperienza turistica

L’ospitalità come esperienza turistica

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions

gruppo azione locale ogliastra

GAL OGLIASTRA

Come valorizzare la cultura e la tradizione locale

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions

gruppo azione locale ogliastra

GRUPPO AZIONE LOCALE GAL OGLIASTRA

L’importanza della presenza digitale nella promozione turistica della destinazione

La presenza online come punto di contatto con il turista

La presenza online come punto di contatto con il turista

gruppo azione locale ogliastra

GAL OGLIASTRA

La presenza online come punto di contatto con il turista

JESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions

gruppo azione locale ogliastra

GRUPPO AZIONE LOCALE GAL OGLIASTRA

La presenza online come punto di contatto con il turista

La presenza online come punto di contatto con il turista

JESTCARE

MYCOMP
Hospitality Solutions

gruppo
azione
locale
ogliastra

GRUPPO AZIONE LOCALE
GAL
OGLIASTRA

La presenza online come punto di contatto con il turista

MYCOMP Hospitality Solutions

gruppo azione locale ogliastra

GAL OGLIASTRA

La presenza online come punto di contatto con il turista

La presenza online come punto di contatto con il turista

MYCOMP Hospitality Solutions

gruppo azione locale ogliastra

GAL OGLIASTRA

Aspetti importanti per la promozione turistica della destinazione

La promozione digitale del turismo post-pandemia

MYGUESTCARE

MYCOMP
Hospitality Solutions

gruppo azione locale ogliastra

GRUPPO AZIONE LOCALE
GAL
OGLIASTRA

L’importanza del marketing esperienziale

La promozione del turismo responsabile

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions

gruppo azione locale ogliastra

GAL OGLIASTRA

L’importanza dell’esperienza turistica personalizzata

MYGUESTCARE

MYCOMP
Hospitality Solutions

gruppo azione locale ogliastra

GRUPPO AZIONE LOCALE
GAL
OGLIASTRA

L’uso della gamification per coinvolgere i turisti

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions

gruppo azione locale ogliastra

GAL OGLIASTRA

L’importanza della collaborazione degli stakeholder

La misurazione dei risultati della promozione digitale

MYGUESTCARE MYCOMP Hospitality Solutions

gruppo azione locale ogliastra

GAL OGLIASTRA

Sviluppi futuri (ma non troppo) della promozione turistica della destinazione

Migliora la capacità di raccogliere, archiviare e utilizzare i dati

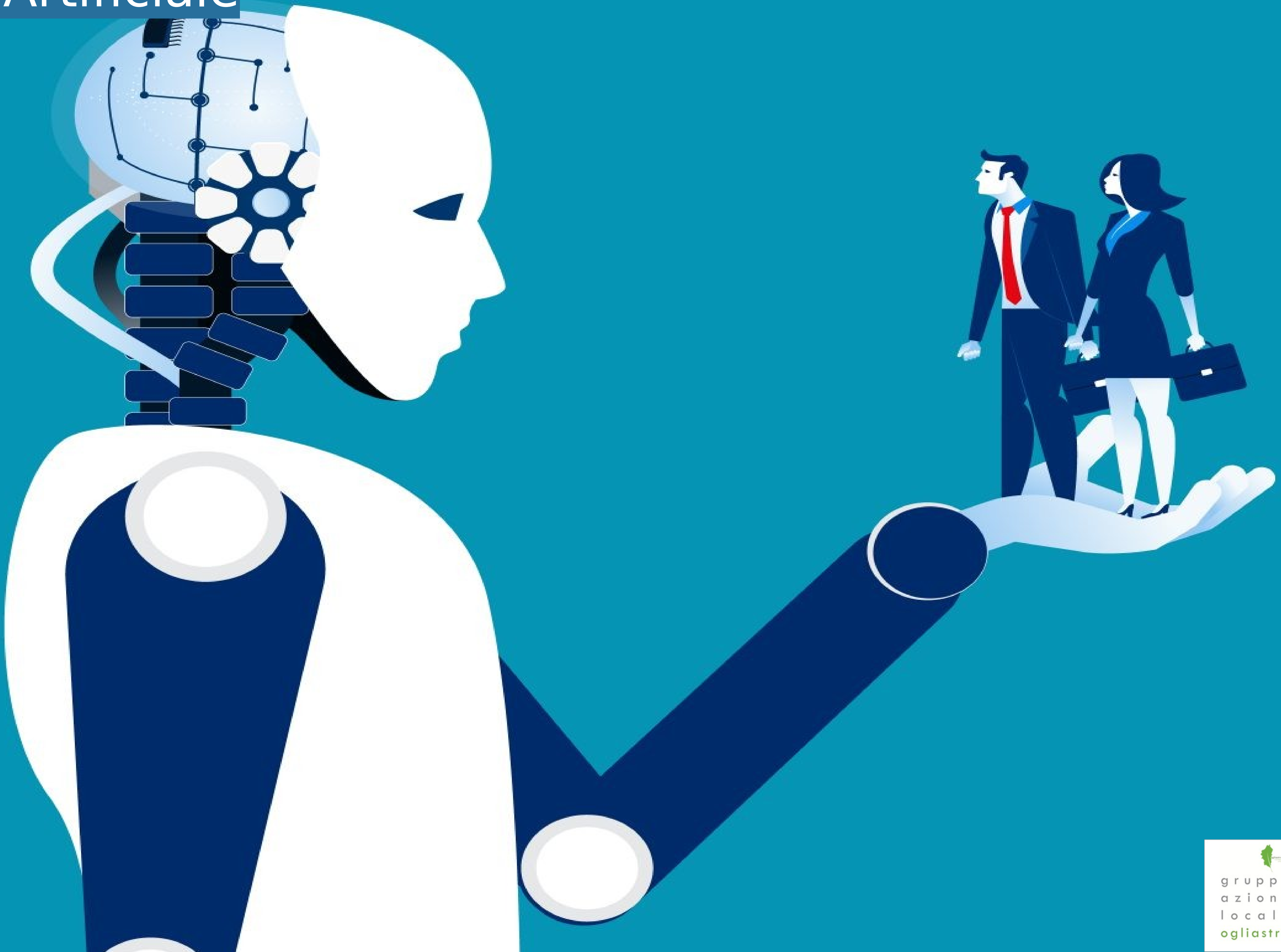
MYGUESTCARE

MYCOMP
Hospitality Solutions

gruppo
azione
locale
ogliastra

GRUPPO AZIONE LOCALE
GAL
OGLIASTRA

Intelligenza Artificiale



Realtà virtuale e MetaVerso

Grazie per l’attenzione!

Per domande potete scrivere a:

Carlo Gallino
carlo.gallino@mycomp.it

Visitate i nostri siti
www.mycomp.it
www.myguestcare.com

Ci trovate anche su Facebook e Linkedin