

## **Accoglienza dei turisti e promozione del territorio: in un anno formate 3mila persone**

### **Formazione su dieci mercati con PromoTurismoFVG che punta anche per il 2020 sulle nuove tecnologie come strumento per far conoscere il Friuli Venezia Giulia**

Villa Chiozza di Cervignano, 16 gennaio 2020 - Formazione no stop su dieci mercati turistici, preparazione al marketing per il turismo congressuale e promozione del territorio attraverso le nuove tecnologie. È stato un anno ricco quello che si è appena concluso per PromoTurismoFVG, che chiude il 2019 con decine di corsi di formazione per personale esterno e interno arrivando a **circa 400 ore di formazione in cento giornate con oltre 3mila presenze ai corsi**. L'obiettivo? Migliorare l'accoglienza e l'ospitalità dei turisti che sempre più devono inserire il Friuli Venezia Giulia tra le mete da non perdere. E la novità per il 2019 ha riguardato proprio gli educational territoriali per circa 300 operatori turistici regionali, nati proprio dalla richiesta dei partecipanti ai tavoli di progettazione che hanno avuto la possibilità di conoscere meglio mare, montagna, enogastronomia e l'offerta culturale del Friuli Venezia Giulia.

Per la prima volta, nel corso dei 12 mesi, operatori esterni e addetti all'accoglienza turistica di tutto il territorio regionale hanno preso parte a corsi **di formazione su dieci mercati per un totale di 350 persone**, sono state portate a termine cinque edizioni di formazione per l'accoglienza in lingua tedesca per punti lat, altre 80 persone hanno frequentato corsi sulla preparazione congressuale, mentre altri colleghi hanno appreso tecniche di vendita e utilizzo degli **strumenti digitali per migliorare il servizio agli ospiti**. L'ente, infatti, ha deciso di puntare – e la stessa strategia sarà portata avanti anche nel 2020 – sulla parte digitale: dal progetto degli Ambassador che è stato presentato al Buy Tourism Online a Firenze – al quale PromoTurismoFVG parteciperà anche a febbraio di quest'anno illustrando l'evoluzione del progetto - ai corsi per come creare con facilità i video applicati alla promozione del territorio proprio attraverso chi lo abita, accanto alla formazione su web e social media su chatbot, social selling e influencer.

Molte le attività che sono state anche portate avanti in continuità con il passato tra le quali i corsi di Revenue Management, un sistema che punta a ottimizzare i margini di profitto degli hotel, e i **corsi di social media marketing**, in cui Facebook e Instagram continuano a rappresentare due degli strumenti più efficaci per raggiungere il turista e promuovere e valorizzare il territorio. Analizzando infine il tasso di apertura della newsletter "trend del mercato turistico, marketing e comunicazione", comunicazione che PromoTurismoFVG invia a circa 5mila contatti di stakeholder turistici regionali informandoli sulle tendenze del settore e le attività dell'ente - strumento che riassume, anticipa e annuncia le attività dell'azienda – si riscontra un valore molto alto, che oscilla tra il 23 e il 27 per cento, segnale di interesse da parte degli operatori sul tema.