

AREA38

LA 1ª AGENZIA DI MARKETING PER BIKE HOTEL E FAMILY HOTEL

GUIDA ESTATE 2020

I contenuti per vendere VACANZE FAMILY in fase 2

Edizione del 29 Aprile 2020

Premessa

Con questa guida vogliamo metterti a disposizione uno strumento per aiutarti a comunicare e vendere vacanze anche OGGI, nonostante il lock-down e nonostante scenari turistici ancora poco delineati.

No, non siamo fuori di testa.

Anche noi pensavamo non ci fossero famiglie in cerca di vacanza, ma osservando che continuano ad arrivare richieste di quotazione agli hotel da noi seguiti, ci siamo arresi all'evidenza.

E ci siamo chiesti **come poter migliorare la comunicazione** per incrementare i numeri attuali.

Non tutto dipende da te e da noi, la politica dovrà certamente aiutarci con indicazioni chiare e con incentivi concreti.

Ma se anche tu sei determinato a ripartire il prima possibile, puoi fare già OGGI la tua parte dando **risposta alle domande che una famiglia si pone** sui canali di comunicazione che hai a disposizione. **A partire dal tuo sito internet.**

Abbiamo per questo raccolto sotto forma di domande alcune obiezioni-frizioni che inibiscono il contatto in questo periodo. Nell'ipotizzare le risposte, ricorda che non sempre sarà solo il dettaglio tecnico a fare la differenza, ma anche **la rassicurazione e le emozioni** che riuscirai complessivamente a trasmettere o evocare.

Concretizzando in una proposta di soggiorno quella che al momento può essere per loro solo una idea.

Perché anche OGGI **alle famiglie piace immaginare e sognare la prossima vacanza.**

Nonostante tutto. Probabilmente come non mai.

Lo staff di Area38

Come utilizzare questa guida?

Questa guida è suddivisa in schede, relative alle pagine più visitate dalle famiglie per siti di hotel:
HOME PAGE, CAMERE, PACCHETTI, RISTORANTE, ANIMAZIONE, SERVIZI, CONTATTI

In ciascuna scheda troverai:



Con questo simbolo le nuove domande a cui cercano risposta le famiglie



Con questo simbolo i nostri suggerimenti per te.
Potrai fare una spunta su tutti i contenuti già aggiornati-controllati

Homepage .1



Quando riaprirai?

- E' chiaro che non puoi decidere in autonomia, ma puoi dare indicazioni ai tuoi potenziali ospiti. Anche se non sai la data esatta, puoi comunicare che stai lavorando per riaprire il prima possibile.



Le informazioni che sto leggendo sono aggiornate?

- Se sei impossibilitato ad aggiornare i contenuti del tuo sito (prezzi, servizi, etc.), comunicalo. E consiglia di contattarti su altri canali (telefono, email, messaggistica, etc).
Al contrario, se mantieni aggiornato il sito rendilo esplicito sin dalla homepage per dare valore a tutti i tuoi contenuti.



Quali sono i tuoi (nuovi) punti di forza?

- Nulla sarà come prima, è possibile che alcuni punti di forza non siano più tali (esempio: la spa, il buffet...)
Al contrario gli ampi spazi (interni ed esterni), la sanificazione degli ambienti, l'eco-sostenibilità, i servizi in camera possono diventare punti di forza caratterizzanti.

Homepage .2



Come garantirai la sicurezza della mia famiglia?

- Un cenno alla sicurezza è opportuno anche in homepage. Perché comunque è una domanda ovvia che prima o poi ti faranno. Dalla formazione dello staff, alla segnaletica con indicazioni per i bambini, parlane per sommi capi. Rimandando alla pagina dei servizi (o altro contenuto specifico) per chi vuole approfondire.



Fino a quando sarai aperto?

- Se sei stagionale, considera che molti eventi sono e saranno posticipati. E vista la partenza ritardata, tempo permettendo la stagione estiva potrebbe allungarsi. Oltre alla data di apertura, ricordati di aggiornare anche i periodi di apertura per non perdere opportunità.

Camere



Come sanificherai la mia camera?

- Non basta più 'pulizia quotidiana'....**COME** pulirai la mia stanza? Sii abbastanza specifico per rassicurare, e se adotti tecnologie innovative mettile in evidenza perché giocheranno a tuo favore.



Quanto è grande la camera? Ci sono terrazzi?

- Le regole di distanziamento sociale e l'importanza dell'aria aperta daranno valore a camere generose in dimensioni e con balconi. A maggior ragione per chi ha sofferto la quarantena in spazi ristretti. Altro elemento da evidenziare: la vista per le camere panoramiche.



Potrò pranzare in camera?

- Questa domanda inizia ad essere frequente nelle richieste preventivo. Fai sapere se offri questa possibilità oppure se in camera sono presenti angoli cottura: è un valore aggiunto.



Cosa troverò nel kit di cortesia?

- Se metterai a disposizione mascherine (anche per bambini), gel igienizzanti, o altri dispositivi di protezione individuale diventati ormai di uso comune, comunicalo. Ciascuno porterà certamente i propri con sé ma l'idea di trovarli anche sul posto rassicura e trasmette fiducia.

Pacchetti



Perché dovrei prenotare oggi?

- È la domanda alla base di tutto. La risposta non dovrebbe essere il prezzo. Ci sono tanti altri motivi che potrebbero portare una famiglia a inviarti OGGI una richiesta senza aspettare un last minute. Un miglior alloggio, servizi garantiti (esempio accesso alla spiaggia), servizi aggiuntivi.



Quali sono le tue politiche di prenotazione e cancellazione?

- Il domani e la ripresa sono ancora incerti. Senza politiche di cancellazione che garantiscano la famiglia, non c'è motivo per prenotare oggi.



Leggo ALL INCLUSIVE, cosa include veramente?

- Se proponi pacchetti ALL INCLUSIVE non dare quest'anno per scontato il significato. Rendi esplicito cosa effettivamente i tuoi ospiti trovano a pacchetto.



Dovrò prenotare la spiaggia, le escursioni, gli ski-pass, etc. a parte?

- Chi partirà quest'anno non lo farà per vivere l'hotel, ma per rilassarsi all'aria aperta. Se gli accessi saranno come sembra contingentati e limitati, prima della prenotazione vorranno avere la certezza di poter accedere agli stabilimenti al mare, o agli impianti in montagna.
Se puoi offrire questa possibilità nei tuoi pacchetti verrà percepita molto positivamente.

Animazione

*Se fino a ieri la pagina «Animazione» era tra le più importanti per tutti i veri family hotel, durante l'emergenza sanitaria avrà una importanza diversa. L'animazione sarà probabilmente meno decisiva rispetto al passato, ma comunque tratto distintivo dell'hotel. **Perché il desiderio di socialità non verrà mai meno.***



E' prevista qualche attività di animazione?

- La tua animazione non potrà certamente essere come l'hai sempre descritta. Cosa cambia? Riuscirai ad organizzare comunque qualche attività? In quali orari e di che tipo?



Come organizzerai i momenti di animazione per i miei bambini?

- Se con i tuoi animatori hai già concordato un nuovo piano di animazione per bambini/ragazzi, condividilo sul sito. Quali tipologia di giochi-momenti proporrà? Avere un'idea di ciò che troveremo in vacanza aiuta a visualizzarla, desiderarla e allentare le obiezioni tipiche dell'ignoto.



Lo staff di animazione è preparato e qualificato?

- Se fino a poco tempo fa «bastava la simpatia», oggi considera che le mamme vorranno ancora più sentirsi rassicurate sulla preparazione degli animatori e sulla loro capacità di far rispettare le buone norme di distanziamento e convivenza. E se manterrai lo staff vincente degli scorsi anni a cui i tuoi clienti si sono tanto affezionati... rimarcalo.

Ristorante



La cucina sarà aperta regolarmente?

- Comunica se offrirai o meno questo servizio. Rileggi tutto il contenuto di questa pagina per verificare se le informazioni sono ancora attuali.



Posso scegliere tra formule diverse di servizio?

- In camera, mezza pensione, all'esterno, menù fissi o alla carta, convenzioni con ristoranti: fai conoscere tutte le opzioni che vorrai mettere a disposizione.



Come verrà regolato l'accesso in sala?

- L'idea di mangiare con tante altre persone nella stessa sala può essere vista come situazione di disagio. Rassicuriamo sulle modalità decise di accesso per regolare l'afflusso e sugli orari.



Come sarò distanziato dagli altri?

- Se pensiamo alle sale da pranzo in hotel le immaginiamo colme di tavoli e persone. Rassicura con indicazioni o per immagini su come verrà mantenuta la necessaria distanza di sicurezza (meno tavoli, etc.)



Potrò contare su personale di sala preparato e controllato?

- L'ospite dovrà dare tanta fiducia a tutto lo staff di sala. Rassicuriamo circa la loro professionalità e le precauzioni prese per garantire sempre la massima igiene.

Servizi

*Alcuni servizi tipici in hotel richiederanno una revisione comunicativa.
Perché non tutto potrà essere come prima.*



Piscina - acquascivoli

- Il servizio sarà aperto? Come cambia la modalità di fruizione e accesso?



Centro benessere

- Sarà aperto? Come cambia la modalità di fruizione e accesso?



Aree gioco

- Saranno accessibili? Come cambia la modalità di fruizione e accesso?
Come verranno sanificati i giochi?



Tecnologia e connettività

- Il lockdown ha reso ancora più familiare l'utilizzo di tecnologie e servizi di rete. Un Wi-fi che FUNZIONA, accesso a piattaforme di streaming (Netflix, etc), possibilità di comandi vocali e domotica in camera rappresentano valori aggiunti da comunicare qualora disponibili.

Contatti



In quanto tempo mi risponderai?

- Rendi esplicito in quanto tempo risponderai. Non possono sapere se sei operativo anche in questi giorni di lockdown e quale sia la modalità migliore per contattarti.



La richiesta è vincolante?

- A maggior ragione di prima, rendi esplicito che la quotazione è completamente gratuita.



Cosa troverò nel preventivo?

- Le famiglie non si aspettano quest'anno un semplice preventivo. Ma informazioni e indicazioni che consentano loro di immaginarsi in vacanza da te. Nel form con cui ti contattano, indica che oltre alla migliore quotazione comunicherai loro una panoramica con tutte le novità.

AREA38

LA 1° AGENZIA DI MARKETING PER BIKE HOTEL E FAMILY HOTEL

Ti è piaciuta questa guida?

Noi continueremo da aggiornarla, adattandola a tutte le novità,
linee guida ed aggiornamenti che usciranno nel tempo

Clicca qui e potrai sempre scaricare la versione aggiornata da questo link:

<https://familyhotel.area38.it/guide/A38-contenuti-fase2.pdf>

**Per verificare se possiedi l'edizione più aggiornata
troverai evidenziata la data di pubblicazione in copertina**

AREA38

LA 1° AGENZIA DI MARKETING PER BIKE HOTEL E FAMILY HOTEL

Per qualunque informazione o chiarimento, scrivici!

info@area38.it

www.area38.it

Autori: Alessandra Zara, Gianluca Tonti, Elisabetta Santandrea; **Grafica:** Emanuele Rossi