

# NUOVI PARADIGMI DI TURISMO ESPERIENZIALE: L'”EXPERIENCE CYCLE”



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



**Maurizio Goetz**

Co-ideatore della metodologia Tourist  
Experience Design®

Codice n. M1 Unità2 SU2.2



## Scopo e obiettivi

In questa presentazione introdurremo la metodologia del *Tourist Experience Design*®.

Il *Tourist Experience Design* è una metodologia che vuole innovare il concetto di esperienza turistica attraverso la combinazione di analisi strutturate, metodi e strumenti di progettazione, con l'obiettivo di differenziare l'offerta turistica per i diversi tipi di turisti.



## Cosa imparerete (Risultati dell'apprendimento)

Alla fine di questa presentazione, sarete in grado di:

- Capire il concetto di esperienza turistica;
- Capire la metodologia *The Tourist Experience Design*®;
- Capire l'importanza della segmentazione *Long Tail*;
- Imparare a creare un concetto esperienziale.

## Background



### **Il mercato del turismo di massa sta mostrando i suoi limiti**

**I turisti vogliono una vacanza su misura basata sulle loro specifiche esigenze, le loro passioni e i loro sogni.**

## Nuove esigenze

I turisti non cercano "come arrivare", "dove dormire" o "dove mangiare".



Ma

**COSA FARE**

o meglio ancora

**le ESPERIENZE.**



# Internet

- Nell'era di Internet i viaggiatori hanno un numero senza precedenti di opzioni tra cui scegliere.
- Le informazioni disponibili sul web superano di gran lunga la loro capacità di concentrazione, rendendo i viaggiatori più selettivi e interessati a proposte specifiche.



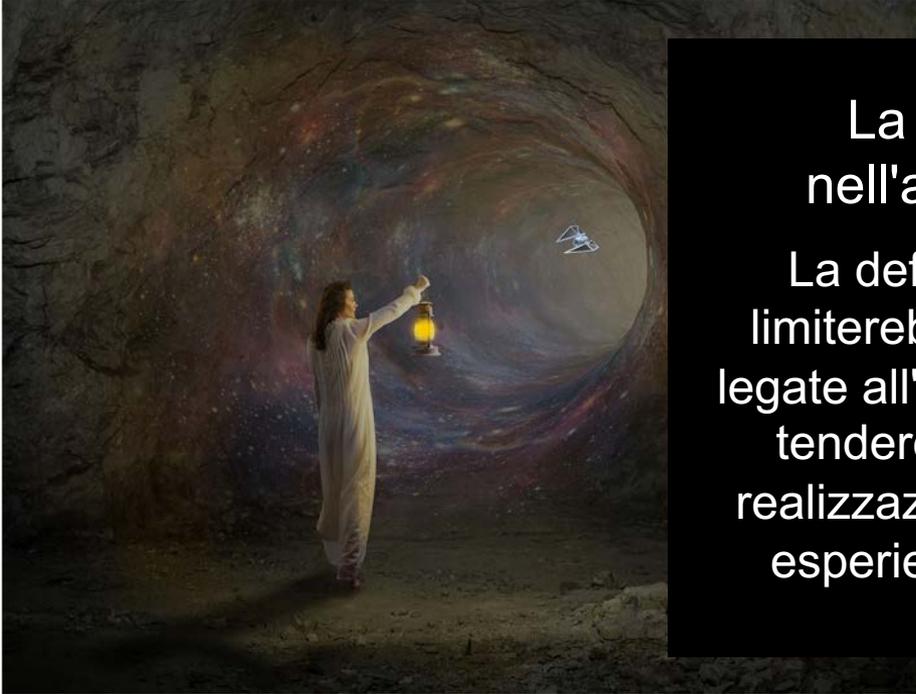
# L'esperienza è una percezione



L'esperienza è una costruzione complessa, che rischia di essere banalizzata.

È inutile definire un'esperienza generale "unica", ma è più importante progettare un'esperienza turistica per i diversi viaggiatori a cui ci si rivolge.

## Il viaggio è esperienza



La sfida di "creare" esperienze sta nell'andare oltre ciò che è conosciuto.

La definizione rigida di Esperienza Turistica limiterebbe le possibilità creative ed espressive legate all'innovazione dell'attuale offerta turistica e tenderebbe a far convergere progettazione e realizzazione verso soluzioni assiomatiche di tali esperienze, con il risultato di offerte turistiche standardizzate.

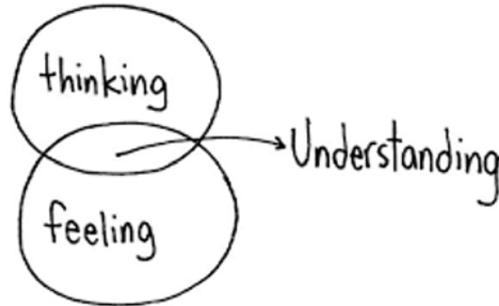
## Nuove opportunità di mercato



C'è una grande opportunità nello studiare e progettare esperienze turistiche specifiche, per particolari viaggiatori, che porterebbero innovazione, differenziazione e vantaggio competitivo alla nostra offerta turistica.

## Capire il nuovo turista

Le definizioni di turista "convenzionale" non sono soddisfacenti.



Dobbiamo chiederci più in profondità "chi sono i nostri turisti?" e "quali sono le ragioni che li spingono a spostarsi?"

Dobbiamo concentrarci sul "viaggio desiderato" (turismo motivazionale).

## *Tourist Experience Design*® il libro

*Tourist Experience Design* è una metodologia che vuole innovare il concetto di esperienza turistica attraverso la combinazione di analisi strutturate, metodi e strumenti di progettazione, con l'obiettivo di differenziare l'offerta turistica per i diversi tipi di turisti.



# La metodologia del *Tourist Experience Design* ®

- 1 Analisi competitiva degli elementi unici e distintivi della proposta di valore
- 2 Segmentazione *Long Tail*
- 3 Definizione della strategia esperienziale per segmenti ed elementi WOW
- 4 Definizione dell'*Extended Experience Cycle* e dei punti esperienziali
- 5 Progettazione dettagliata dei punti esperienziali

# 1. Analisi competitiva degli elementi unici e distintivi della proposta di valore

- Identificazione delle **caratteristiche della destinazione** e del contesto ambientale in cui sono inserite;
- **elementi di offerta** più importanti (es. attrazione, infrastrutture, servizi, ecc.);
- **elementi** altamente **distintivi o unici** che caratterizzano una destinazione;
- **motivazione** dei turisti a visitare questi elementi;
- elementi che caratterizzano l'**identità del territorio** e dei suoi abitanti (cultura, tradizioni, storia);
- **grado di riconoscimento**;
- **cultura dell'accoglienza** e diffusione di tale cultura a livello locale;
- **soddisfazione del turista**;
- punti di forza, debolezze, opportunità e minacce;
- **associazioni** e **attributi** della destinazione dal punto di vista degli stakeholder e dei mercati.

# 1. Analisi competitiva degli elementi unici e distintivi della proposta di valore

La prima fase della metodologia consiste:

- nell'**analisi delle offerte turistiche** e della "**vocazione**"
- nel **benchmark dei concorrenti**,

al fine di evidenziare e completare gli **elementi unici e distintivi** per fornire possibili interpretazioni delle varie offerte turistiche, suggerendo temi e modalità di contestualizzazione.

Per le offerte complesse, come quelle delle destinazioni, l'analisi competitiva si sviluppa sulla base di diversi elementi di offerta individuati.

Irlanda:

rappresentazione  
visiva di elementi  
iconici





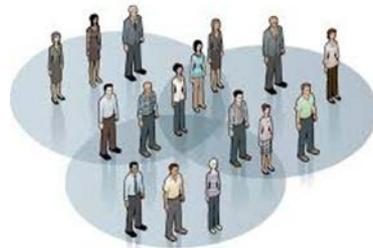
## 2. Segmentazione *Long Tail*

La **corretta segmentazione** è fondamentale per affrontare con successo il mercato e diversificare l'offerta turistica e la comunicazione web in modo mirato.

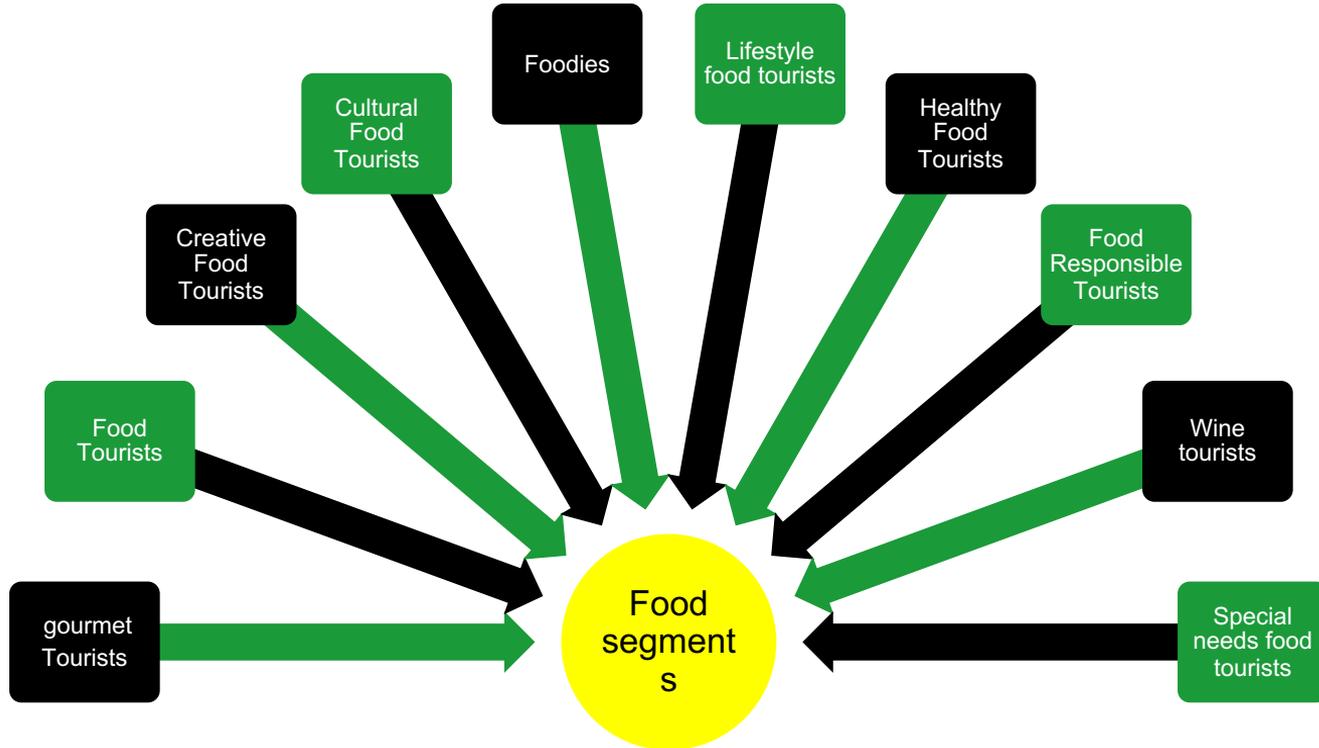
Si è passati dal turismo di massa, indifferenziato e generico, al "**turismo personale**", fortemente orientato alle esigenze e ai desideri specifici di nicchia e segmenti specifici di turisti.

## Verso il "turismo personale"

- È necessario rivedere e rivalutare l'attuale segmentazione del mercato e fare le azioni necessarie:
  - estendere i segmenti (***segment enlargement***), cioè individuare nuovi potenziali segmenti a cui indirizzare l'offerta,
  - arricchire i segmenti (***segment enrichment***), per identificare più dettagliatamente le caratteristiche di questi, al fine di adattare l'offerta turistica e la sua comunicazione web.

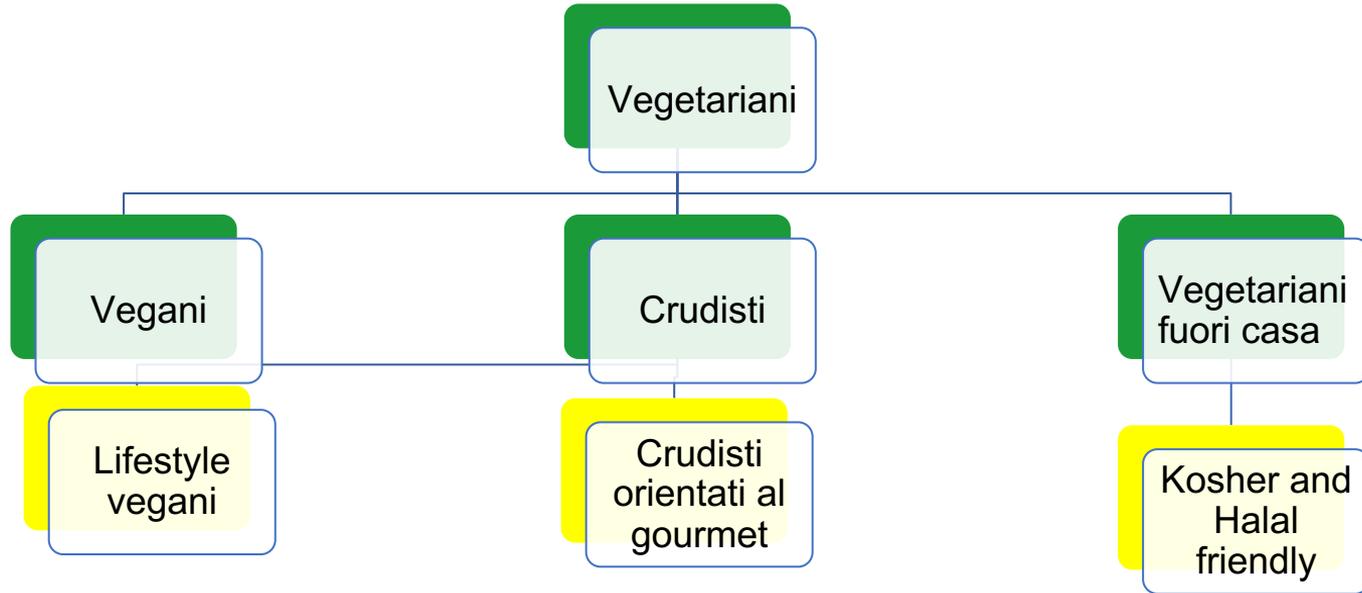


# Segment Enlargement: es. nuovi segmenti legati al cibo



# Segment Enrichment

## ex: Vegetariani, nuovo sotto-segmento



### 3. Definizione di strategia esperienziale per segmenti ed elementi WOW

- Per i segmenti identificati durante la rivalutazione della segmentazione, grazie alle nuove informazioni ottenute, definiamo le **strategie di base per la costruzione di esperienze memorabili (il concetto esperienziale)** e definiamo gli "**elementi WOW**", cioè gli elementi specifici di differenziazione dell'offerta che genera sorpresa, soddisfazione ed entusiasmo nei turisti (ciò che li fa dire 'WOW').

## Il concetto esperienziale

Il concetto esperienziale stabilisce:

- cosa definisce l'esperienza distintiva della nostra offerta per i segmenti e sottosegmenti che abbiamo definito, rispetto ai nostri concorrenti;
- i modi in cui questa esperienza si realizza.



## Il concetto esperienziale

Attraverso l'*Experiential Concept*, l'organizzazione turistica definisce ogni segmento esperienziale:

- Sistemi di offerta;
- Ambienti;
- Processi di interazione;
- Comportamenti;
- Risultati.

## Fuga Romantica per una giovane coppia di ciclisti vegani



Il concetto esperienziale rappresenta "l'esperienza di viaggio ideale" per un segmento turistico specifico.

## 4. Definizione dell'*Extended Experience Cycle* e punti esperienziali

L'esperienza turistica è un processo che si sviluppa molto prima dell'effettiva fruizione dell'offerta turistica in loco e continua anche dopo, infatti, l'*Extended Experience Cycle* inizia quando il viaggiatore ha il desiderio di viaggiare e comincia ad informarsi e continua fino a dopo la fine del viaggio attraverso i ricordi e lo scambio di impressioni sui social network.

Da questo punto di vista l'***Extended Experience Cycle*** si caratterizza in tre fasi:

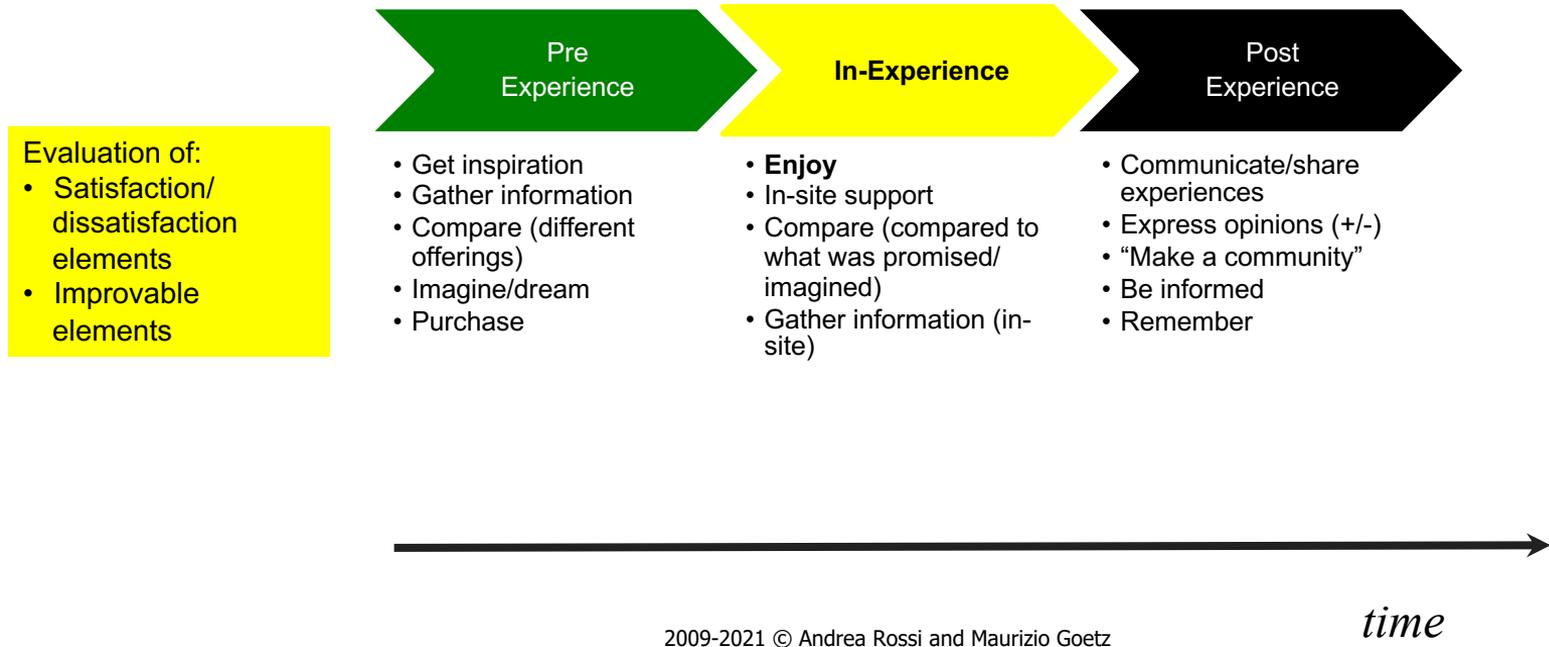
- **Pre-experience;**
- **In-experience;**
- **Post-experience.**

## 4. Definizione dell'*Extended Experience Cycle* e punti esperienziali

È quindi importante analizzare le tre fasi dell'*Extended Experience Cycle*, al fine di sostenere continuamente un'esperienza memorabile per il turista.

La quarta fase della metodologia prevede quindi l'analisi e la mappatura dell'***Extended Experience Cycle***, in particolare andando ad individuare i "**punti esperienziali**", ovvero gli elementi con cui il turista entra in contatto per vivere l'esperienza, sia durante il viaggio sia in loco, sia nel web.

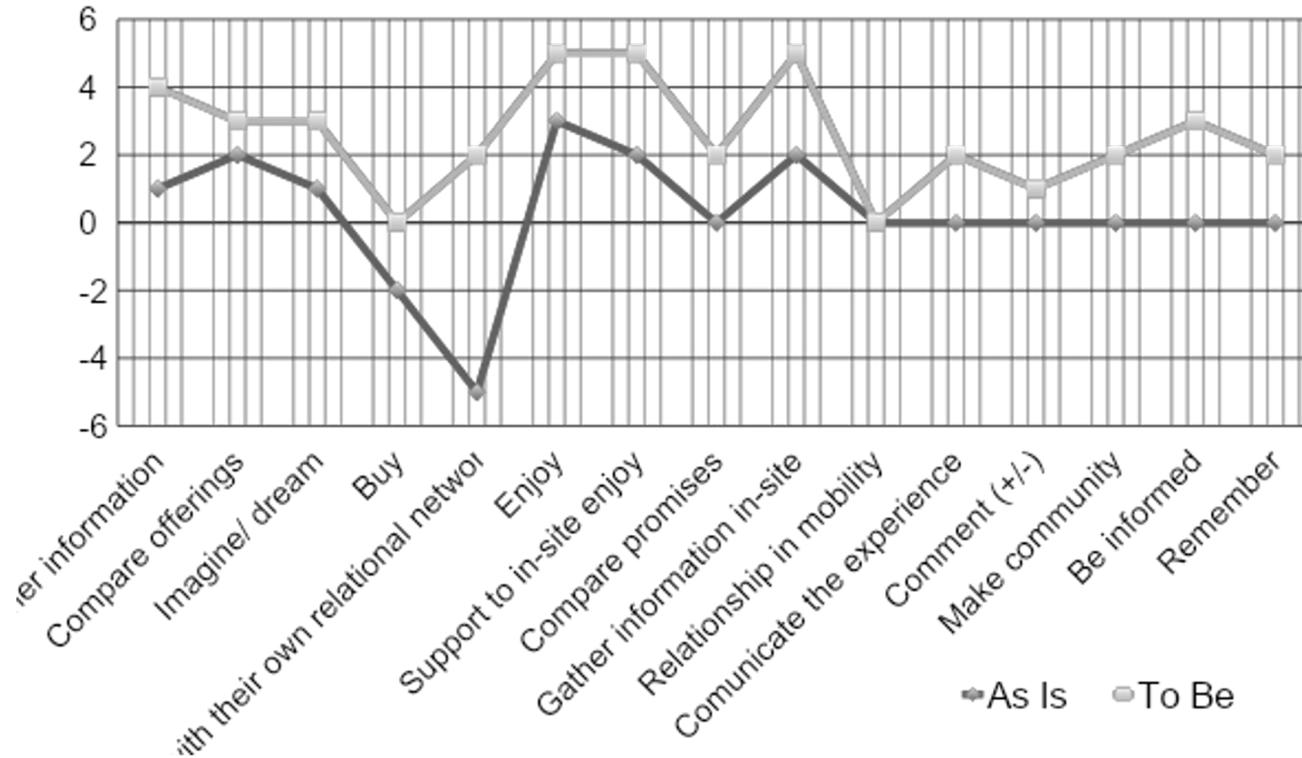
# The Extended Experiential Cycle



## 5. Progettazione dettagliata dei punti esperienziali

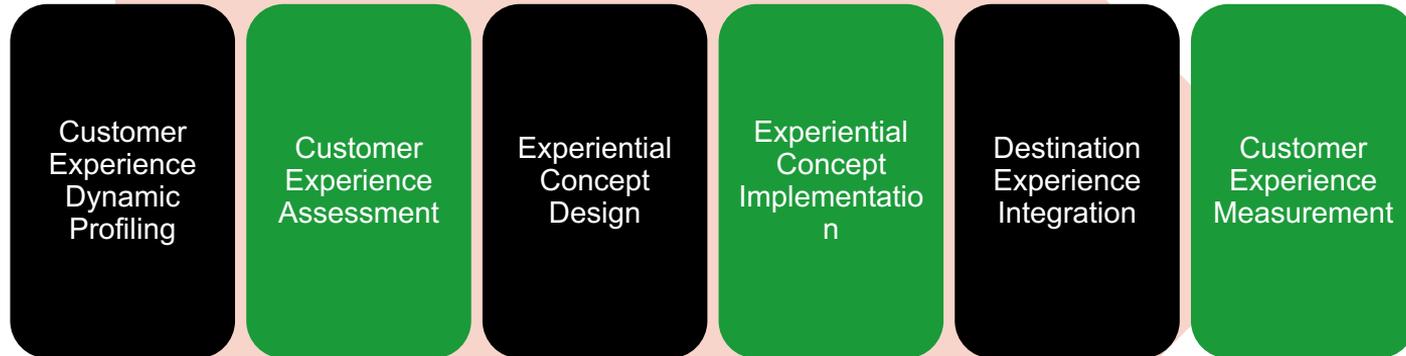
- L'ultima fase della metodologia consiste nella progettazione dettagliata dei "**punti esperienziali**" dell'***Extended Experience Cycle***, per i segmenti selezionati, applicando in dettaglio le strategie definite, i **concetti esperienziali** e gli **elementi WOW** ad ogni "punto esperienziale" (rilevante).

## Analisi dei punti esperienziali



## Costruire un'esperienza turistica

Un'esperienza turistica è un processo che può essere progettato intorno al turista, al fine di creare un "Concetto Esperienziale" che è considerato rilevante e memorabile per ogni segmento turistico.



# SEZIONE 3

Domande aperte  
& suggerimenti





## Esercizi

Di seguito, due diversi esercizi per praticare e testare il vostro apprendimento e la vostra comprensione:

- Il concetto esperienziale: Esercizio 1
- I punti esperienziali: Esercizio 2

**Potete stampare le seguenti diapositive e fare pratica da soli o con la vostra squadra.**

## Esercizio 1: il concetto esperienziale

Individuate le diverse motivazioni dei diversi sotto-segmenti di cicloturisti osservando le immagini e descrivendo in un breve paragrafo il concetto esperienziale per ogni sotto-segmento.



# Esercizio 1 – Sottosegmento 1

Concetto esperienziale

---

---

---

---

---

---

---

---



# Esercizio 1 – Sottosegmento 2

Concetto esperienziale

---

---

---

---

---

---

---

---



# Esercizio 1 – Sottosegmento 3

## Concetto esperienziale

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----



# Esercizio 1 – Sottosegmento 4

Concetto esperienziale

---

---

---

---

---

---

---

---



# Esercizio 1 – Sottosegmento 4

Concetto esperienziale

---

---

---

---

---

---

---

---



## Esercizio 2: definizione degli elementi WOW

Osservate le diverse immagini e descrivete i diversi elementi WOW relativi ad ogni specifica esperienza legata al cibo (luogo, persone, servizio, occasione).

Cosa potrebbe rendere questa esperienza memorabile?



## Esercizio 2 – Esperienza A

Elementi WOW

---

---

---

---

---

---

---

---





# Esercizio 2 – Esperienza B

Elementi WOW

---

---

---

---

---

---

---

---





## Esercizio 2 – Esperienza C

Elementi WOW

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----





# Esercizio 2 – Esperienza D

## Elementi WOW

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

### MENU & NUTRITION

From Breakfast Scramblers and our signature Grilled Panini to hand-tossed salads and pastas, we're bringing you fresh ingredients every day in ways you can't resist.

[Print Menu](#)

[Print Nutrition Information](#)

BROWSE BY: 100 COMBOS UNDER 600 CALORIES ▾ FILTERS (0 selected) ▾

### 100 COMBOS UNDER 600 CALORIES

With more than 100 delicious Corner Combos under 600 calories, eating healthy just got a lot easier ... and more flavorful. Explore all the tasty possibilities.



#### SO MANY CHOICES, SO FEW CALORIES!

Uptown Turkey Sandwich & Roasted Tomato Basil Soup



## Esercizio 2 – Esperienza E

Elementi WOW

---

---

---

---

---

---

---

---



# Esercizio 2 – Esperienza F

## Elementi WOW

-----

-----

-----

-----

-----

-----





# Esercizio 2 – Esperienza G

## Elementi WOW

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

internet  
come c'è di moda

Molti non, ma  
una esperienza  
di grande  
fascinatione

Metti dieci sconosciuti una sera a cena. Fal-  
li incontrarsi (chioco e cliente) sul Web. Il ri-  
sultato è un nuovo fenomeno di costume e un  
mercato tutto da costruire.

di Luca Fenu - Foto: Michael J. Gray

**e ora...  
SOCIAL EATING!**

**CHI COS'È?**  
Si chiama "social eating" e sta diventando un fenomeno del momento. Si tratta di un nuovo modo di mangiare, che si basa sulla condivisione e sulla socializzazione. In pratica, si tratta di unire il piacere di mangiare con quello di socializzare. Si può farlo in molti modi, ad esempio organizzando cene in cui si conoscono solo i nomi dei partecipanti, o attraverso applicazioni che collegano persone che vogliono mangiare insieme. In ogni caso, il social eating è un fenomeno che sta cambiando il modo di vivere la ristorazione e di fare amicizia.



# Esercizio 2 – Esperienza H

Elementi WOW

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----



## Exercise 2 – Experience I

Elementi WOW

---

---

---

---

---

---

---

---



## Domande aperte & riflessioni

Cos'è un'esperienza turistica?

Cos'è un concetto esperienziale?

Come si possono progettare diversi elementi wow in un'esperienza turistica?





## I punti chiave da prendere in considerazione

Questa presentazione riguardava la progettazione di un'esperienza turistica.

Ora che avete finito di guardarla, dovrete essere in grado di:

- Fare dei sottosegmenti del mercato;
- Definire un concetto esperienziale;
- Definire gli elementi wow di un'esperienza turistica;
- Progettare un'esperienza turistica memorabile.



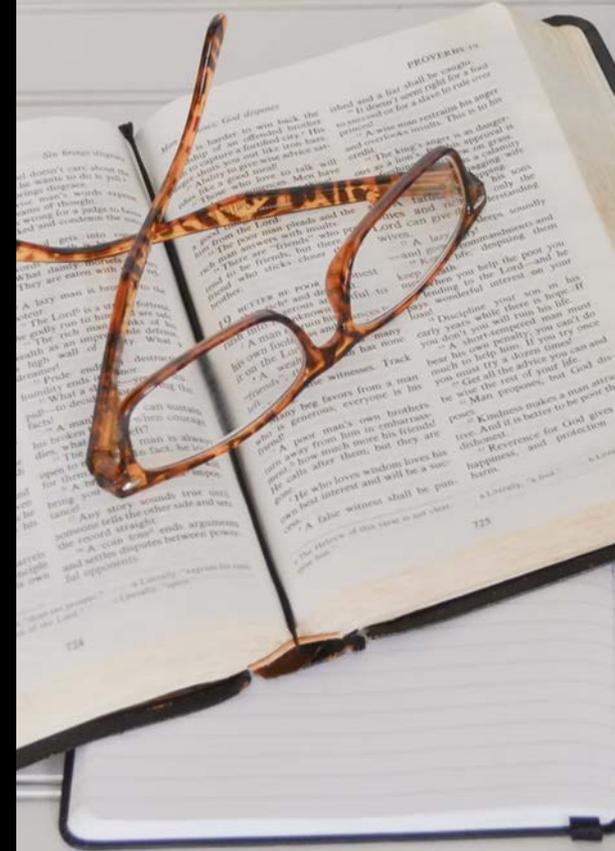
**Sezione di chiusura**

## Elenco di riferimenti

[https://www.academia.edu/2060530/Tourism\\_Experience\\_Design\\_Some\\_Recent\\_Research\\_by\\_Noel\\_Scott\\_and\\_Peiya\\_Ding](https://www.academia.edu/2060530/Tourism_Experience_Design_Some_Recent_Research_by_Noel_Scott_and_Peiya_Ding)

[https://www.researchgate.net/publication/266732531\\_Toward\\_a\\_Theoretical\\_Foundation\\_for\\_Experience\\_Design\\_in\\_Tourism/figures?lo=1](https://www.researchgate.net/publication/266732531_Toward_a_Theoretical_Foundation_for_Experience_Design_in_Tourism/figures?lo=1)

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2019.1668727>



## Maurizio Goetz

Email [maurizio.goetz@imaginationdesigncoaching.com](mailto:maurizio.goetz@imaginationdesigncoaching.com)

Laureato in Economia Aziendale (Università Bocconi), Maurizio Goetz si occupa da sempre di processi di innovazione degli elementi immateriali nella comunicazione digitale, nel marketing e nella promozione. È coautore della *metodologia Tourist Experience Design* per la progettazione di esperienze turistiche nelle destinazioni e svolge attività di ricerca sui temi della strategic design imagination. Collabora con diversi istituti di formazione e aziende per diffondere l'*approccio Imagination Design Coaching*, un insieme di metodologie create per formare le capacità immaginative di professionisti e organizzazioni.





Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Project Number  
601073-EPP-1-2018-1-IT-EPPKA2-SSA

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the autor, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



This work is licensed under a Creative Commons

Attribution-Noncommercial-ShareAlike 4.0 International License  
(CC BY-NC-SA 4.0)

[www.euheritage.e](http://www.euheritage.e)

[u](http://www.euheritage.e)

