

O NOUĂ PARADIGMĂ A TURISMULUI EXPERIENȚIAL: CICLUL EXPERIENȚEI



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



Maurizio Goetz

Expert dezvoltare experiențe turistice

Code n. M1 Unit2 SU2.2



Scop & obiective

În cadrul acestei prezentări vom introduce metodologia pentru „Proiectarea/Crearea Experienței Turistice”.

Tourist Experience Design® este o metodologie inovatoare pentru conceptul de experiență turistică ce combină metode de analiză structurată și proiectare și instrumente de inovare creativă, cu scopul de a diferenția oferta turistică pentru diferite segmente de turiști.



Ce învățăm

La sfârșitul acestei prezentări, veți fi capabili să:

- Să înțelegeți conceptul de experiență turistică
- Să înțelegeți metodologia The Tourist Experience Design®
(Crearea Experienței Turistice)
- Să înțelegeți importanța segmentării de tip Long tail
- Să învățați cum să creați un concept experiențial.

Cadrul general



Piața turismului de masă își arată limitele

Turiștii doresc o vacanță personalizată, bazată pe nevoile lor specifice, pe pasiunile și visele lor

Noi nevoi

Turiștii nu mai caută "**cum să ajungă**", "**unde să doarmă**" sau "**unde să mănânce**"

CI

Ce să facă

Sau mai bine

EXPERIENȚE



Internetul

- În era internetului, călătorii au la dispoziție un număr fără precedent de opțiuni din care pot alege.
- Informațiile disponibile pe web depășesc cu mult capacitatea lor de concentrare, ceea ce îi face să fie mai selectivi și mai specifici, nu să facă propuneri generale.



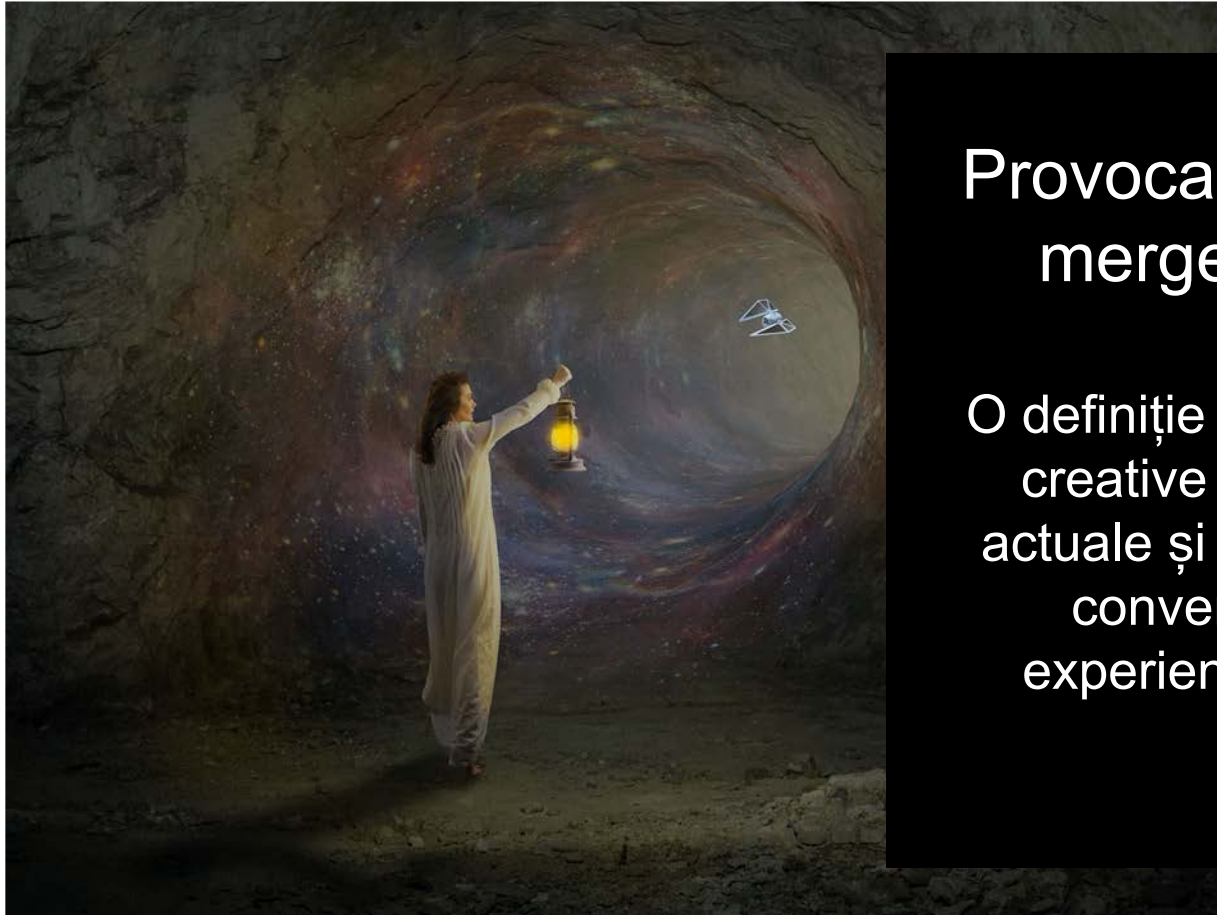
Experiența este o percepție



Experiența este o construcție complexă, care riscă să fie trivializată

Este inutil să definești o experiență general valabilă "unică", este mai important să proiectezi o experiență turistică pentru diferite segmente de călători cărora te adresezi.

Călătoria este o Experiență



Provocarea de a "crea" experiențe constă în a merge dincolo de ceea ce este cunoscut.

O definiție strictă a experienței turistice ar limita posibilitățile creative și expresive legate de inovarea ofertei turistice actuale și ar tinde să facă proiectarea și implementarea să convergă către soluții axiomatiche ale unor astfel de experiențe, cu rezultatul unei experiențe standardizate.

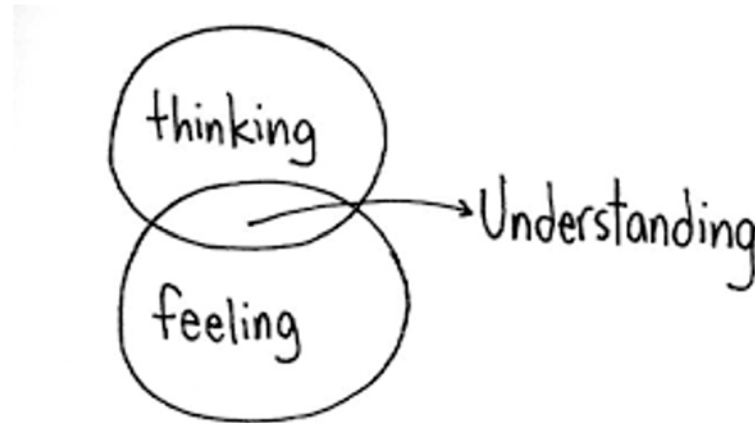
Noi oportunități de piață



Există o mare oportunitate de a studia și de a concepe experiențe turistice personalizate, pentru anumiți călători, care ar aduce inovație, diferențiere și avantaj competitiv ofertei noastre turistice.

Să înțelegem noul Turist

Definiția "convențională" a turistului nu este satisfăcătoare



Trebuie să analizăm mai în profunzime "cine sunt turiștii noștri?" și "care sunt motivele care îi determină să se deplaseze?,"

Trebuie să ne concentrăm asupra "călătoriei dorite" (turism motivațional)

Cartea Tourist Experience Design®

Designul experienței turistice este metodologia de inovare în cadrul conceptului de experiență turistică care combină analiza structurată, metodele și instrumentele de proiectare pentru inovare creativă în scopul diferențierii ofertei turistice pentru diferite tipuri de turiști.



Metodologia pentru Crearea Experienței Turistice®

- 1 Analiza competitivă a elementelor unice și distinctive ale propunerii
- 2 Segmentarea Long Tail
- 3 Definirea Strategiei Experiențiale pentru anumite segmente și a elementelor WOW
- 4 Definirea Ciclului Extins al Experienței și a Punctelor Experiențiale
- 5 Designul detaliat al Punctelor Experiențiale

1. Analiza competitivă a elementelor de unicitate a propunerii de experiență turistică

- identificarea caracteristicilor destinației și a mediului extern
- cele mai importante elemente ale ofertei (de exemplu, atracții, infrastructuri, servicii etc.)
- elementele distinctive sau unice care caracterizează o Destinație
- motivația turiștilor de a vizita aceste elemente
- elemente care caracterizează identitatea zonei și pe cea a locuitorilor săi (cultură, tradiții, istorie)
- gradul de recunoaștere
- cultura ospitalității și diseminarea/înțelegerea acestei culturi
- la nivel local
- satisfacția turiștilor
- puncte forte, puncte slabe, oportunități și amenințări
- asociații și attribute ale destinației din punctul de vedere al părților interesate și al piețelor

1. Analiza competitivă a elementelor de unicitate a propunerii de experiență turistică

Prima fază a metodologiei constă în:

- analiza ofertelor turistice și a profilului
- analiza comparativă a concurenților,

În vederea evidențierii și completării elementelor unice și distinctive pentru a oferi posibile interpretări ale diferitelor oferte turistice, sugerând teme și modalități de contextualizare.

În cazul ofertelor complexe, cum ar fi cele ale destinațiilor, analiza concurențială este dezvoltată pe baza diferitelor elemente de ofertă identificate.

Irlanda:

reprezentare vizuală
a elementelor de
unicitate



2. Segmentarea Long Tail

Segmentarea corectă este crucială pentru a aborda cu succes piața și pentru a diversifica oferta turistică și comunicarea web într-un mod bine direcționat.

Am trecut de la turismul de masă, nediferențiat și general, la "turismul personal", puternic orientat către nevoile și dorințele specifice ale unor segmente de nișă și specifice de turiști.

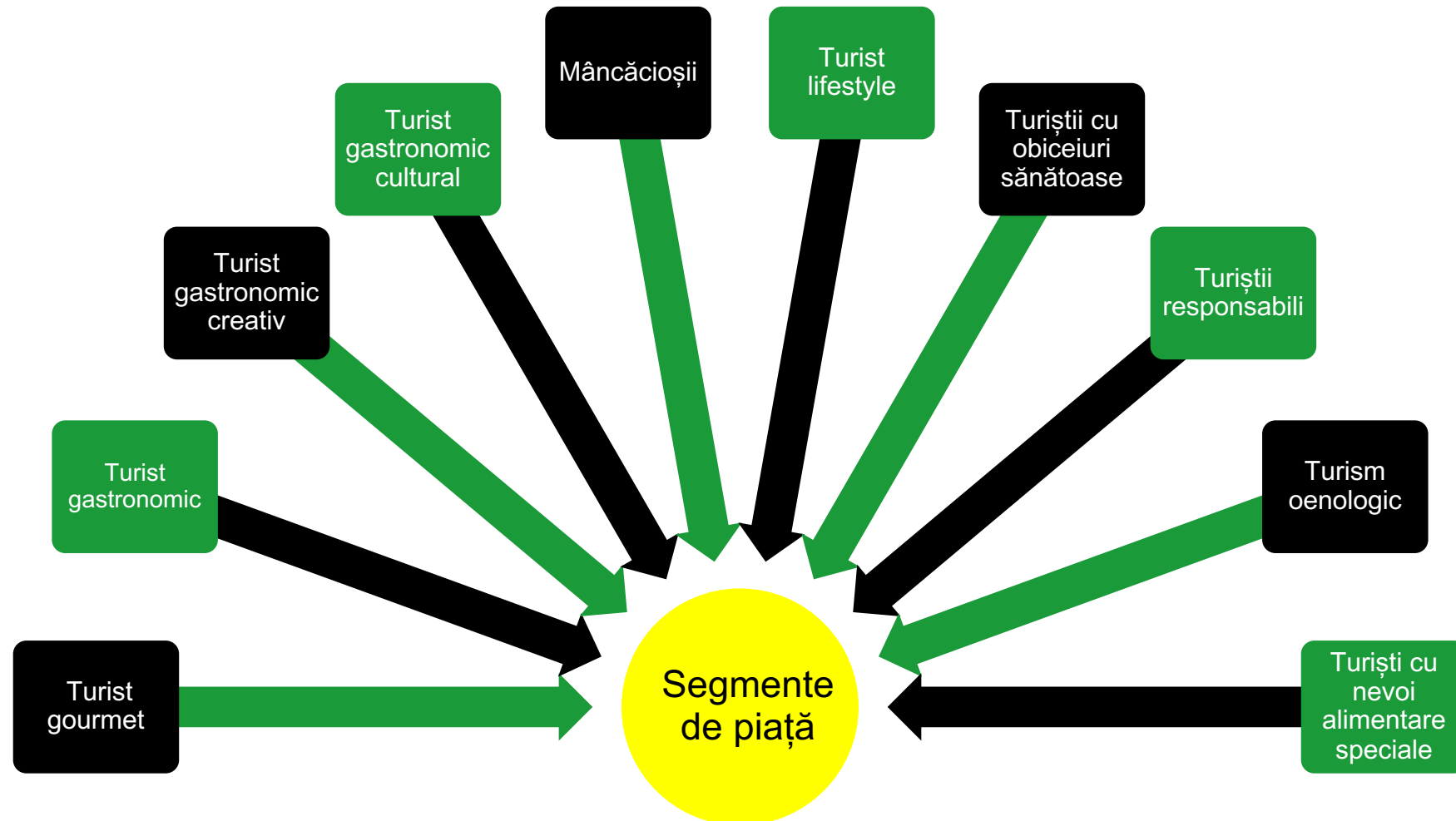
...Spre un “turism personalizat”

Este necesar să se revizuiască segmentarea actuală a pieței printr-o reevaluare critică și să se întreprindă acțiunile necesare:

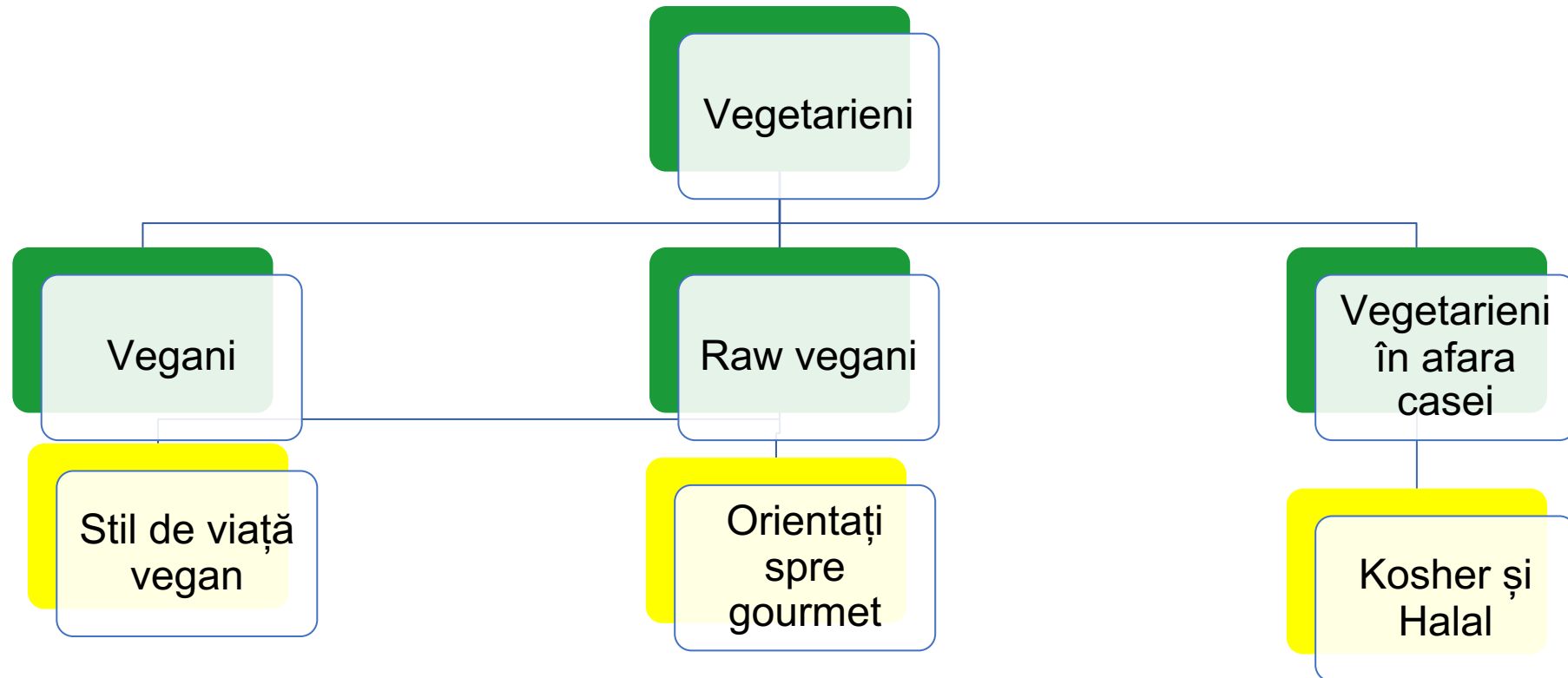
- pentru extinderea segmentului de piață, adică să se identifice noi segmente potențiale cărora să li se adreseze oferta,
- și pentru a crește segmentele, pentru a identifica mai în detaliu caracteristicile segmentelor, în vederea adaptării ofertei turistice și a comunicării sale pe Internet.



Extinderea segmentului de piață: ex. – noi segmente pe piața turismului gastronomic



Creșterea segmentului de piață ex: Vegetarieni, noi sub-segmente



3. Definirea strategiei experiențiale pentru diferite segmente de turiști și elementele WOW

- Pentru segmentele identificate în timpul reevaluării procesului de segmentare, grație noilor informații obținute, definim strategiile de bază pentru experiențe memorabile (conceptul experiențial) și definim "elementele WOW", elementele specifice de diferențiere a ofertei care generează surpriză, satisfacție și entuziasm pentru turiști (ceea ce îi face să spună "WOW")

Conceptul Experiențial

Conceptul experiențial stabilește:

- ce definește ca fiind experiență unică în cadrul ofertei noastre, pentru segmentele și subsegmentele pe care le-am definit, în comparație cu concurenții noștri.
- modalitățile prin care se realizează această experiență.



Conceptul Experiențial

Prin intermediul conceptului (conceptelor) experiențial(e), organizația turistică definește fiecare segment experiențial:

- Sisteme de ofertă
- Mediile externe
- Procese de interacțiune
- Comportamente
- Rezultate

Călătorie romantică pentru un cuplu tânăr de bicicliști vegani



Conceptul experiențial reprezintă "experiența unei călătorii ideale" pentru un anumit segment de turiști

4. Definiția Ciclului Experiențial Extins și Punctele Experiențiale

Experiența turistică este un proces care se dezvoltă cu mult înainte ca turistul să se bucure efectiv de oferta turistică la fața locului și continuă după aceea, de fapt, Ciclul extins al experienței începe atunci când călătorul are dorința de a călători și începe să se informeze și continuă până după încheierea călătoriei prin amintiri și schimbul de impresii prin intermediul rețelelor sale sociale.

Din acest punct de vedere, Extended Experience Cycle este caracterizat în trei faze:

- Pre-experiența
- Experiență
- Post-experiență

4. Definiția Ciclului Experiențial Extins și Punctele Experiențiale

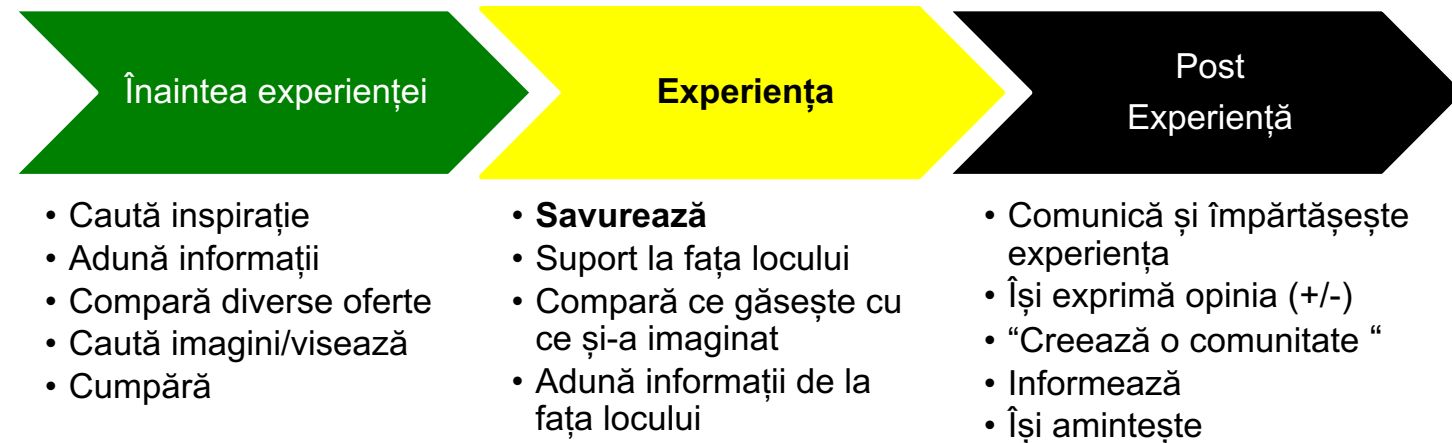
Prin urmare, este important să se analizeze cele trei etape ale ciclului experienței extinse, pentru a avea în permanență o experiență memorabilă pentru turiști.

Prin urmare, cea de-a patra fază a metodologiei prevede **analiza și cartografierea ciclului experienței extinse**, urmărind în special identificarea "punctelor experiențiale", adică a elementelor cu care turistul intră în contact pentru a se bucura de experiență, atât în timpul călătoriei și la fața locului, cât și pe Internet.

Ciclul experiențial extins

Evaluarea:

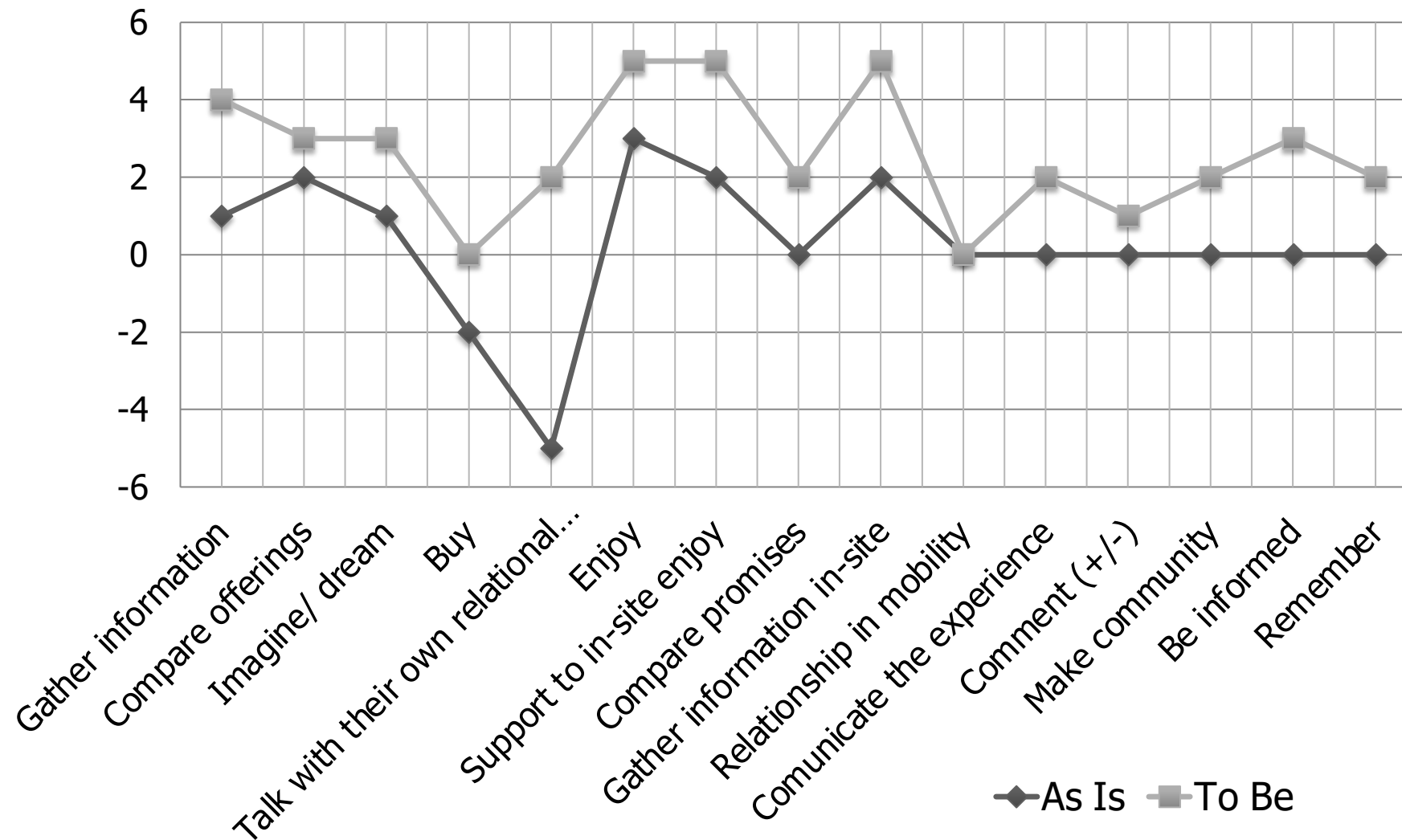
- Elementelor de satisfacție/insatisfacție
- Elementelor perfectibile



5. Proiectarea detaliată a punctelor experiențiale

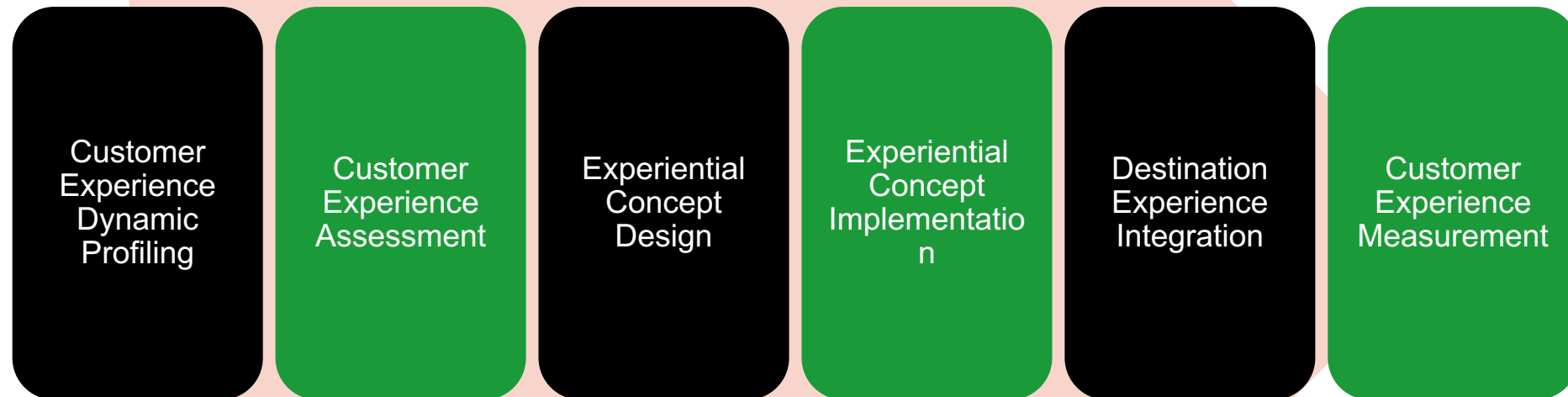
- Ultima fază a metodologiei constă în proiectarea detaliată a "punctelor experiențiale" ale ciclului experiențial extins, pentru segmentele selectate, prin aplicarea, în detaliu, a strategiilor definite, a conceptelor experiențiale și a elementelor WOW la fiecare "punct experiențial" (relevant).

Analiza Punctelor Experiențiale



Dezvoltarea unei Experiențe Turistice

O Experiență Turistică este un proces care poate fi proiectat în jurul turistului, pentru a crea un "concept experiențial", considerat relevant și memorabil pentru fiecare segment de turiști.



SECȚIUNEA 3

Întrebări deschise
și sugestii





Exerciții

În cele ce urmează, două exerciții diferite pentru a vă exersa și testa progresul și înțelegerea despre:

- Conceptul experiențial: Exercițiul 1
- Punctele experiențiale: Exercițiul 2

Puteți tipări următoarele slide-uri și puteți exersa singur sau cu echipa dumneavoastră.

Exercițiul 1: Conceptul experiențial

Înțelegeți diferitele motivații ale diferitelor subsegmente de cicloturiști prin observarea imaginilor și descrieți, într-un scurt paragraf, conceptul experiențial pentru fiecare subsegment.



Exercițiul 1 – Subsegment 1

Conceptul Experiențial



Exercițiul 1 – Subsegment 2

Conceptul Experiențial





Exercițiul 1 – Subsegment 3

Conceptul Experiențial



Exercițiul 1 – Subsegment 4

Conceptul Experiențial



Exercițiul 1 – Subsegment 4

Conceptul Experiențial



Exercițiul 2: definirea elementelor WOW

Observați diferitele imagini și descrieți diferitele elemente WOW legate de fiecare experiență de masă specifică (locație, oameni, servicii, ocazie).

Ce ar putea face ca această experiență de masă să fie memorabilă?



Exercițiul 2 – Experiența A

Elemente WOW



Exercițiul 2 – Experiența B

Elemente WOW





Exercițiul 2 – Experiența C

Elemente WOW





Exercițiul 2 – Experiența D

Elemente WOW


MENU & NUTRITION [Print Menu](#) [Print Nutrition Information](#)

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.

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



Exercițiul 2 – Experiența E

Elemente WOW



Exercițiul 2 – Experiența F

Elemente WOW



Exercițiul 2 – Experiența G

Elemente WOW



Exercițiul 2 – Experiența H

Elemente WOW



Exercițiul 2 – Experiența I

Elemente WOW



Întrebări deschise & reflecții

Ce este o experiență turistică?

Ce este un concept experiențial?

Cum puteți proiecta diferite elemente wow într-o experiență turistică?





De reținut

Această prezentare a fost despre proiectarea unei experiențe turistice

Acum, după ce ați terminat de vizionat prezentarea, ar trebui să fiți în măsură să:

- să subsegmentați piața
- să definiți un concept experiențial
- Să definiți elementele WOW ale unei experiențe turistice
- Să concepeți o experiență turistică memorabilă



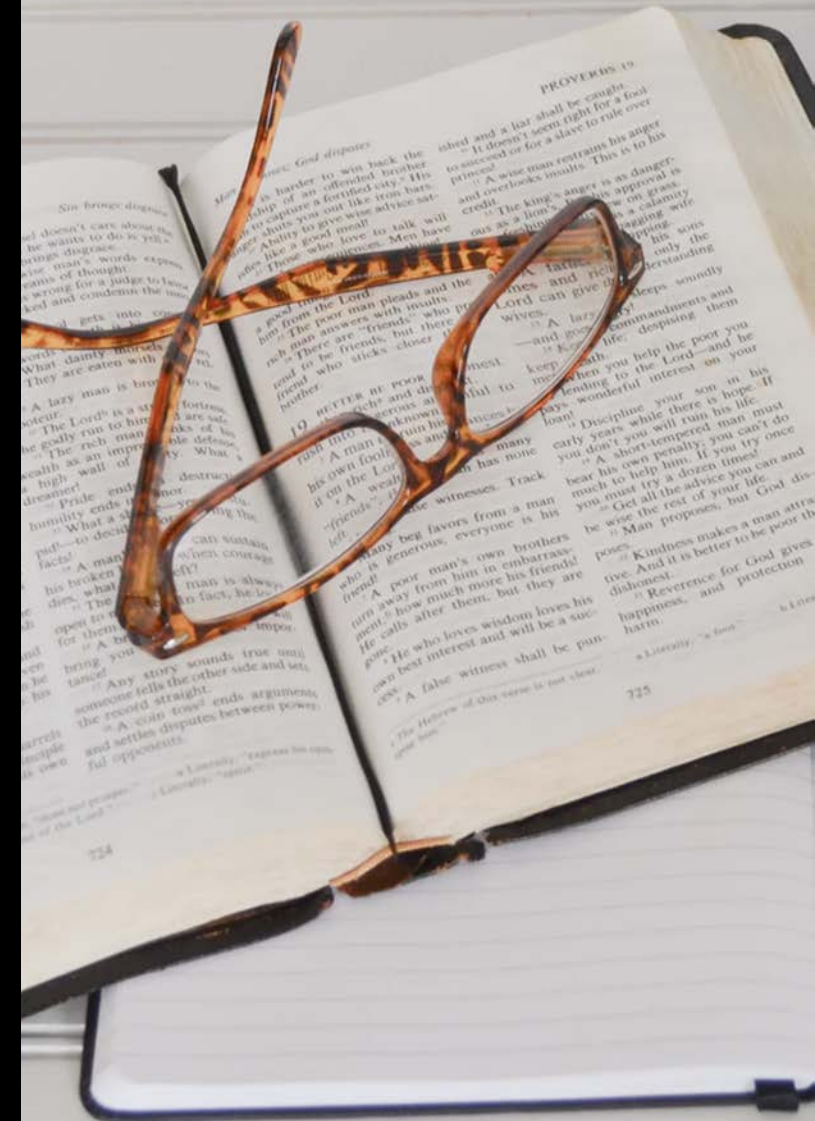
Secțiune de încheiere

List of references

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.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2019.1668727>

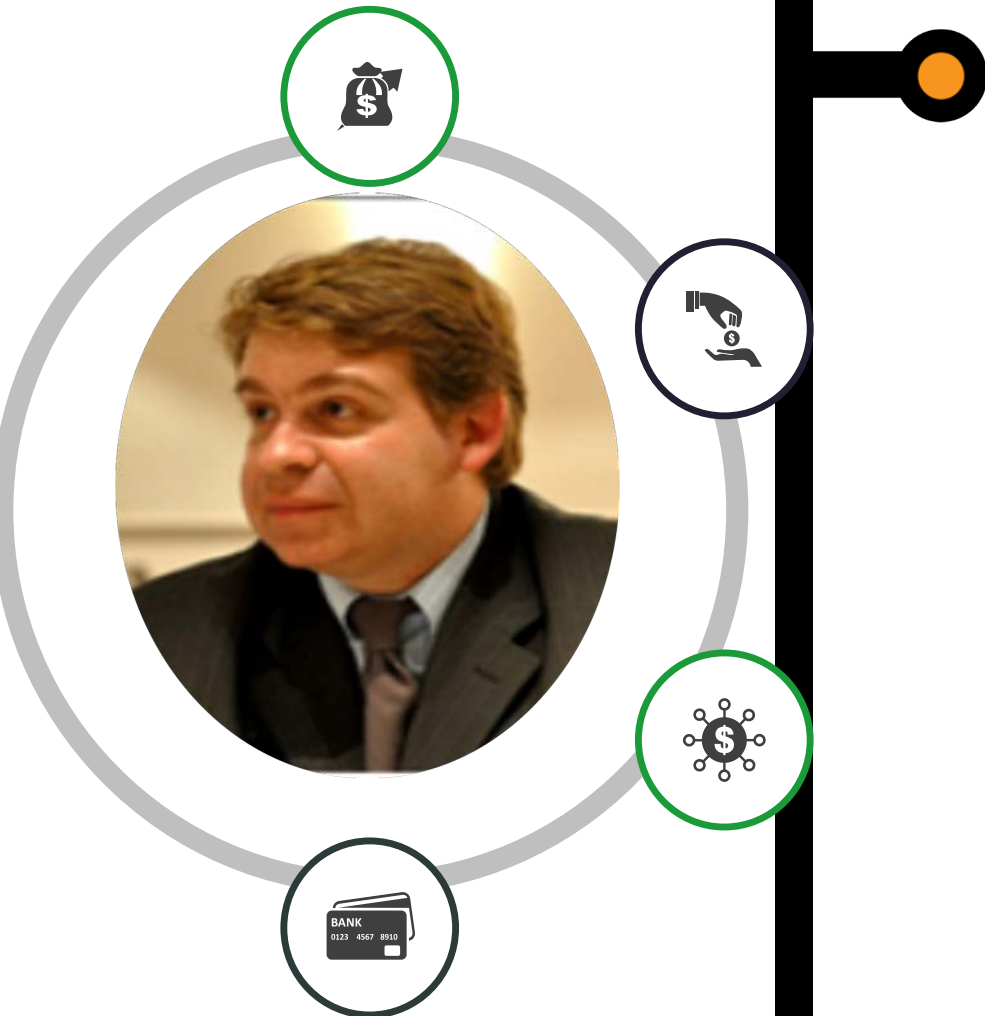


Maurizio Goetz

Email maurizio.goetz@imaginationdesigncoaching.com

Licențiat în Administrarea Afacerilor (Universitatea Bocconi), Maurizio Goetz a lucrat întotdeauna la procesele de inovare a elementelor intangibile în comunicarea digitală, marketing și promovare. Este coautor al metodologiei Tourist Experience Design pentru proiectarea experiențelor turistice în destinații și efectuează cercetări pe teme de proiectare strategică.

Colaborează cu diverse instituții de formare și companii pentru a disemina abordarea Imagination Design Coaching, un set de metodologii create pentru a antrena abilitățile profesioniștilor și organizațiilor.





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.eu

