

# #TuscanyTOGETHER

## Digital Labs

29.03.2021

**Sandra Santoro**

**THE PERFECT WEDDING:** come essere una  
destinazione wedding vincente?



Regione Toscana



**TOSCANA**  
PROMOZIONE TURISTICA



Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #tuscanytogether

**THE PERFECT WEDDING:** come essere una destinazione wedding vincente?

”

QUELL'ANGOLO DI TERRA  
PIÙ DEGLI ALTRI MI SORRIDE...

ORAZIO





Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #tuscanytogether

**THE PERFECT WEDDING:** come essere una destinazione wedding vincente?

ITALIA: TERRA DELL'ACCOGLIENZA





Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #tuscanytogether

**THE PERFECT WEDDING:** come essere una destinazione wedding vincente?

L'ITALIA È TRA I PRINCIPALI MARKETPLACE

DEL TURISMO

GENERATO DAI MATRIMONI

# *Il sogno*





Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #tuscanytogether

**THE PERFECT WEDDING:** come essere una destinazione wedding vincente?

## \_LA COMPLESSITÀ DEL MERCATO DEL WEDDING:

- ♦ *Wedding Planner*
- ♦ *Destination Wedding Planner*
- ♦ *Filiera lunga*

ELEMENTO IN COMUNE: *realizzare il “sogno”*

*Cosa cercano le coppie  
in una destinazione?*





## THE PERFECT WEDDING: come essere una destinazione wedding vincente?

### \_COSA CERCANO LE COPPIE IN UNA DESTINAZIONE?

- ◆ *Vista da sogno*
- ◆ *Accessibilità*
- ◆ *Eccellenza nel servizio*
- ◆ *Flessibilità termini e condizioni*
- ◆ *Informazione, accoglienza, ricettività*
- ◆ *Immagine turistica*
- ◆ *Destinazione “esotica”*

*keywords*





Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #tuscanytogether

**THE PERFECT WEDDING:** come essere una destinazione wedding vincente?

\_PAROLE D'ORDINE:

AUTENTICITA'

*Esperienza*

INEDITO

**NON CONVENZIONALE**

*Come realizzare il sogno?*





## THE PERFECT WEDDING: come essere una destinazione wedding vincente?

### *\_COME REALIZZARE IL SOGNO?*

*Come attirare la clientela straniera creando un'esperienza locale per le coppie di sposi internazionali?*

*Leve utilizzate dal WP:*

- ◆ *Reputazione internazionale e patrimonio culturale del paese*
- ◆ *“Made in Italy”: simbolo di stile, lusso ed eleganza*
- ◆ *Conoscenza capillare del territorio*
- ◆ *Esaltazione del contesto*
- ◆ *Utilizzo positivo dei cliché*



## THE PERFECT WEDDING: come essere una destinazione wedding vincente?

- ➔ **WP** = *Influencer Verticale nella promozione di strutture e nuove destinazioni*
- ➔ **CLIENTE** = *brand Ambassador della destinazione*

# *Le scelte*





**THE PERFECT WEDDING:** come essere una destinazione wedding vincente?

## \_GUIDA NELLE SCELTE RAZIONALI ED EMOZIONALI

### #1 - SCELTE RAZIONALI:

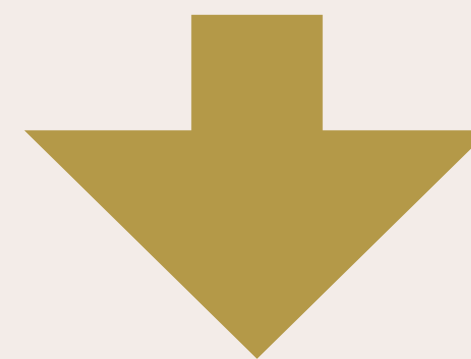
- ◆ *Scelta della destinazione in base alla stagionalità*
- ◆ *Personalizzazione dei menu esaltando la cucina locale*
- ◆ *Lasciarsi ispirare dall'ambientazione nel design e nel decoro: contestualizzare*
- ◆ *Non replicare un matrimonio tipico della propria cultura d'origine in una diversa destinazione*



## THE PERFECT WEDDING: come essere una destinazione wedding vincente?

### #2 - SCELTE EMOZIONALI:

◆ *Stimolare sentimenti di gioia, stupore, meraviglia, entusiasmo*



◆ *Un percorso di visivo: immagini & video*

◆ *Un percorso sensoriale: 5 sensi intesi come DNA dell'evento wedding*

# *La territorialità*





Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #Tuscanytogether

**THE PERFECT WEDDING:** come essere una destinazione wedding vincente?

RUOLO DI SFIDA DELLE NUOVE DESTINAZIONI PUNTANDO  
SULLA TERRITORIALITÀ ESPLORATA IN OGNI ELEMENTO:

- ◆ *Paesaggi*
- ◆ *Location*
- ◆ *Valorizzazione eccellenze locali*
- ◆ *Cultura dell'ospitalità e dell'accoglienza*

**OBIETTIVO:** *trasformare il matrimonio di destinazione in vero e proprio prodotto turistico.*



## THE PERFECT WEDDING: come essere una destinazione wedding vincente?

### PER UN TERRITORIO, ATTRARRE MATRIMONI SIGNIFICA:

- ◆ aumentare il numero dei visitatori
- ◆ potenziare la notorietà e l'immagine della destinazione
- ◆ destagionalizzare
- ◆ prolungare la permanenza delle coppie e/o dei partecipanti

Il mercato del **DESTINATION WEDDING**, strutturato in modo **efficace**,  
**promuove il territorio** e **genera un indotto** per gli operatori turistici diventando, quindi,  
**UNO DEI NUOVI MODELLI DI MARKETING TERRITORIALE.**

# *Destinazioni emergenti*





Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #tuscanytogether

**THE PERFECT WEDDING:** come essere una destinazione wedding vincente?

## \_DESTINAZIONI EMERGENTI PER MERCATI EMERGENTI

Un efficace processo di **DESTINATION MANAGEMENT** in chiave wedding deve, quindi, da un lato *analizzare, definire e gestire i fattori di attrattiva* e le differenti **componenti imprenditoriali del sistema locale**, dall'altro organizzare tutti quegli **elementi in proposte di offerta** in grado di **intercettare la domanda di mercato** in maniera competitiva.

A wedding cake with three tiers. The top tier is decorated with blue and white floral patterns and has a bouquet of purple flowers on top. The middle tier is white with blue floral patterns. The bottom tier is decorated with gold-colored flowers. In the foreground, a couple's hands are holding each other. The groom is wearing a dark suit, and the bride is wearing a white dress with a lace cuff. The background is a blurred iron fence.

*Strumenti chiave*



## THE PERFECT WEDDING: come essere una destinazione wedding vincente?

### \_STRUMENTI CHIAVE:

- ◆ *Sinergia tra tutti gli attori del comparto wedding*
- ◆ *Analisi dei competitor, ossia delle destinazioni vincenti*
- ◆ *Individuazione della nicchia adatta alla propria destinazione*
- ◆ *Proposta di soluzioni complete*
- ◆ *Trasformazione delle criticità in punti di forza*
- ◆ *Valorizzazione dell'identità del territorio*
- ◆ *Recupero e adeguamento funzionale, strutturale e impiantistico di spazi alternativi per la celebrazione*



## THE PERFECT WEDDING: come essere una destinazione wedding vincente?

### \_STRUMENTI CHIAVE:

- ◆ *Creazione di un Brand Territoriale Romantico*
- ◆ *Creazione di eventi sulla destinazione finalizzata alla conoscenza diretta ed esperienziale dei territori*
- ◆ *Sviluppo di un piano marketing sulla destination wedding attraverso piattaforme web dedicate al wedding.*
- ◆ *Strategia di Valorizzazione Integrata, attenta alle attività di formazione e coerente con le altre programmazioni*
- ◆ *Turismo Esperienziale: l'esperienza Wedding legata al territorio.*



*Il cliente al centro*



Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #tuscanytogether

**THE PERFECT WEDDING:** come essere una destinazione wedding vincente?

## \_IL CLIENTE AL CENTRO

Obiettivo è quello di regalare alle coppie un'**esperienza intima, unica, diversa,**  
**irripetibile** e **ricca di valore**, dove il **protagonista** diventa l'individuo nel  
contesto specifico della destinazione.

A full-page photograph of a wedding reception at night. In the center, a bride and groom stand on a stone path, pointing towards a massive firework exploding in the sky. The bride is in a white dress, and the groom is in a dark suit. To their left, a table holds a large, multi-tiered wedding cake. In the foreground, guests are seated, many holding up smartphones to capture the moment. The background features a large, ornate fountain and a statue, all illuminated by the firework's glow and ambient garden lights. The sky is filled with a dense shower of sparks from the explosion.

*Grazie!*



Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TuscanyTogether

**THE PERFECT WEDDING:** come essere una destinazione wedding vincente?

*Sandra Santoro*



gettingmarriedinitaly®  
EST. 1996

# #TuscanyTogether

**Grazie per l'attenzione.**

Entro una settimana vi invieremo una mail con un link per la registrazione del Lab, le slide e le risposte alle domande a cui oggi non abbiamo fatto in tempo a rispondere.

Per ogni informazione scrivi pure a:  
[territori@toscanapromozione.it](mailto:territori@toscanapromozione.it)



Regione Toscana



**TOSCANA**  
PROMOZIONE TURISTICA

**Ci vediamo al prossimo Lab!**