



MEETING CONSULTANTS

progetto

MARKETING DELLA DESTINAZIONE CONGRESSUALE

Verifica delle potenzialità e delle condizioni per lo sviluppo dell'attività congressuale nella destinazione

contenuti

Definizione obiettivi

Il sistema congressuale come fattore strategico di sviluppo

- Perché investire nel mercato dei congressi
- Dimensioni e caratteristiche
- Trend e cambiamenti

La domanda congressuale

- Segmentazione della clientela
- Esigenze della clientela

Analisi dell'offerta di servizi per eventi e della domanda nel territorio analizzato

- Centri congressi e sale riunioni esistenti
- Alberghi
- Sistema di trasporti
- Professionalità
- Opportunità per le attività sociali e il tempo libero
- La domanda interna

Immagine percepita dalla clientela

- Interviste a PCO nazionali/internazionali
- Interviste a operatori del settore locali

I competitor

- La competizione regionale
- La competizione nazionale
- La competizione internazionale

Definizione degli obiettivi raggiungibili

- Analisi SWOT
- Scenari di sviluppo

La cabina di regia: il Convention Bureau

- Funzioni, obiettivi, composizione societaria
- Indicazioni sulla struttura operativa
- Indicazioni di budget

Conclusioni