

Progetto Quadro "L'INNOVAZIONE FORMATIVA PER LE IMPRESE DEL TERZIARIO con il contributo della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Milano"

TECNICHE DI PROMOZIONE DI ITINERARI O EVENTI LEGATI ALLA GASTRONOMIA

OBIETTIVI:

Negli ultimi anni il food è divenuto sempre più strumento di aggregazione e di promozione del territorio e la capacità di proporre percorsi gastronomici, per chi accompagna i turisti, può rappresentare un vantaggio competitivo.

Con questo seminario si vogliono approfondire le tecniche di marketing e di comunicazione attraverso le quali le guide possono ampliare la propria offerta di servizi sviluppando le tematiche del food in relazione alla tipologia di cliente a cui si rivolgono.

CONTENUTI:

DAL CONSUMATORE AL MERCATO

- ✓ L'identificazione della domanda e la composizione dell'offerta
- ✓ Il confezionamento del prodotto e la sua comunicazione
- ✓ Il food come strumento di comunicazione e di marketing
- ✓ La filiera ed il servizio
- ✓ L'evoluzione dei luoghi di consumo
- ✓ Il marketing del territorio ed il marketing del prodotto

COME PROMUOVERE I LUOGHI DEL FOOD

- ✓ Il prodotto: l'ambiente e le sue risorse
- ✓ La segmentazione del mercato: definizione del cliente, (analisi degli obiettivi e delle attese)

- ✓ Le leve del marketing: periodo storico, ambito geografico, esperienze sensoriali,
- ✓ Gli strumenti: le vie del gusto, le vie dell'olfatto, l'esperienza del tatto; le feste e le sagre di paese; I food, la musica ed il teatro
- ✓ Il caso di Sapere e Sapori una nuova ricetta per fare cultura attraverso il food

UN CASO DI SUCCESSO

- ✓ Le vie del vino nella città, l'esperienza dello champagne e della moda parigina
- ✓ Marchi rappresentati
- ✓ Esposizione
- ✓ Durata
- ✓ Riscontri

Il seminario si terrà il 22 febbraio 2010 dalle 15.00 alle 19.00 presso la Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni, in Viale Murillo 17 a Milano.