

<b>Codice: 43</b>	<b>Il richiamo della Val Grande (place-branding)</b>
<b>Proponente/i</b>	Parco Nazionale Val Grande
<b>Obiettivo Condiviso</b>	B. Offerta turistica di qualità
<b>Tema CETS</b>	5. Comunicazione efficace dell'area ai turisti
<b>Sotto Tema CETS</b>	b) garantendo materiale di qualità ed informazioni efficaci ai turisti
<b>Descrizione</b>	<p>Considerando i trend di un momento storico in cui il web, il mobile, l'open source ed i social network fanno da padrone, ed in vista di un prossimo restyling del sito web, l'Ente Parco si impegna ad individuare i principali spazi per migliorare la propria visibilità online. Azioni previste:</p> <p>1) Analisi SERP- Search Engine Result Page: analisi sul se e sul come il parco riesca o meno a "spiccare" per sue particolari caratteristiche nel web. Verrà utilizzato Google, motore di ricerca più in voga, e particolari input di ricerca per controllare in quale posizione relativa il parco compaia nelle "business listing" di Google rispetto a realtà simili.</p> <p>2) SEO- Search Engine Optimization: attraverso Focus Group o strumento analogo, si deciderà quali siano le "parole chiave" ed i settori per cui il parco dovrebbe impegnare più energie per migliorare la sua presenza online. Oltre al restyling del sito ufficiale, si provvederà un aggiornamento una tantum dei principali strumenti open source (es. Wikipedia).</p> <p>3) Web e Targeting: di fianco ad una SEO "per tutti", il parco prevede di contattare direttamente nicchie di utenza particolarmente interessanti per massimizzare le "esternalità positive" sul territorio o particolarmente "bisognosi" di educazione ambientale. Questo target viene individuato inizialmente nelle Society Universitarie tipiche del mondo Anglosassone, gruppi di universitari organizzati in associazioni dinamiche che si occupano dei più disparati settori e che regolarmente organizzano viaggi di studio/ricerca all'estero.</p>
<b>Risultato Atteso</b>	<p>a) Rapporto annuale sulle attività svolte</p> <p>b) numero di pagine aggiornate</p> <p>c) almeno 10 societies contattate</p>
<b>Tempistiche</b>	2018-2022
<b>Eventuali Partner</b>	-
<b>Risorse proprie</b>	<p>Capitale (€): 10.000</p> <p>Lavoro (giorni anno): 50 gg/uomo nel 2018 e 20 gg negli anni successivi per un totale di 130 gg nel quinquennio</p>
<b>A cura di</b>	Massimo Bocci