

GP Dati: strumenti e soluzioni per attirare e vendere sul web

IL WEB NON HA SEGRETI PER GP DATI. CHE SI TRATTI DI PIANIFICARE IL SITO INTERNET, DI FARE DIGITAL MARKETING, DI MIGLIORARE IL POSIZIONAMENTO SUI MOTORI DI RICERCA E SUI CANALI DIGITALI, DI PRESENTARE LA PROPRIA STRUTTURA SU UN SOCIAL NETWORK, DI VENDERE ATTRAVERSO I CANALI ELETTRONICI, DI MONITORARE I CONCORRENTI, GP DATI SA COME SI FA.

GP Dati è uno specialista della vendita sul web, uno specialista che aiuta gli hotel ad attirare l'attenzione dei potenziali clienti, a presentare l'offerta in modo seducente e, ovviamente, a gestire la vendita online. Emblematica in questo senso l'iniziativa realizzata con il Gruppo Residencehotels, che opera da oltre 40 anni nelle principali località turistiche del Trentino Alto Adige e ha fatto propri gli ultimi insegnamenti del marketing relazionale. Ha infatti coinvolto i visitatori del suo sito in un innovativo esperimento di "progettazione partecipata" delle prossime offerte, chiedendo agli utenti di aiutarlo a creare "Inverno ricco mi ci ficco": un insieme di pacchetti che contengono tutte le caratteristiche che piacciono ai suoi potenziali ospiti. Gli iscritti alla newsletter del sito www.residencehotel.it dovevano rispondere via mail a un veloce questionario, puntualizzando esigenze, desideri e richieste che l'albergatore dovrebbe tenere in considerazione per superare le aspettative del suo ospite. L'iniziativa è durata 7 giorni e ha coinvolto più di 330 volontari: una vera e propria azione di marketing one-to-one nell'epoca web 2.0:

coinvolgere la community, ascoltare gli utenti, adattare la propria offerta alle richieste. Il tutto è avvenuto sfruttando al meglio le caratteristiche proprie della Rete - rapporto diretto con gli interlocutori, velocità del feedback e costi contenuti - e grazie alla preziosa collaborazione della divisione hotel-LAB.com di GP Dati, capace di fornire consulenza e affiancamento trasversali rispetto a tutte le necessità legate al web. Dal sito web al SEO, dal social network alla vendita on line, dalle strategie di marketing ai sistemi di Content management: ogni azione è scelta nell'ottica di generare business per l'albergo e orientare il cliente verso un modello di vendita adatto al contesto, al mercato e alle potenzialità della sua struttura.

