

Strategia di vendita di un prodotto generico

Pubblicità
 Spot
 Eventi
 Manifestazioni

Cal to action: Compra



La merce deve essere disponibile sugli scaffali e deve essere venduta

Si concretizza la call to action con vendite e incassi

I tre settori si alimentano vicendevolmente e devono crescere in modo uniforme e bilanciato

La capacità di produzione e deve essere adeguata alla domanda

Strategia di sviluppo turistico (e sociale) della Montagna Pistoiese

-Manifestazioni con treni storici
 -Articoli su giornali
 -Giornalino
 -Sito Porrettana express
 -Servizi tv
 -eventi estivi

Cal to action = compra!



-Sito Porrettana transapp
 -Promo Percorsi e punti di interesse
 -Dove dormire dove mangiare
 -Pacchetti turistici
 -Scuola in treno
 -Eventi con treni ordinari
 -Escursioni
 -Ritiri sportivi
 -Ritiri scout e gruppi religiosi

Si concretizza la call to action con vendite e incassi

I tre settori si alimentano vicendevolmente e devono crescere in modo uniforme e bilanciato

-Migliorie alla sentieristica
 -Migliorare fruibilità punti di interesse
 -Migliorare capacità e qualità ricettiva (mangiare dormire, guide, servizi di ogni genere)
 -Migliorare trasporto pubblico
 -Valorizzazione Villa Collina, Parco Villa Landor, Stazioni FS e Fap... e altro
 -Apertura altre attività economiche
 -Crescita e strutturazione Transapp e Associazioni che la compongono

Si migliorano le strutture del territorio e si migliora l'offerta

Serve stabilire obiettivi chiari e misurabili e vanno monitorati in itinere
 -Numero passeggeri annui -Fatturati imprese -Posti di lavoro creati ... ecc