

# LinkedIn per il Marketing Turistico

Sicuramente ti starai domandando, come utilizzare LinkedIn per il Marketing Turistico e in che modo possa essere utile per la tua struttura ricettiva.

LinkedIn, in fondo, è un Social Network che ospita figure professionali e non Hotel, B&B o altro tipo di strutture ricettive. In realtà, ci sono tantissime opportunità inesplorate da poter catturare, se solo si fa come fare.

La prima cosa che dovrai creare è un profilo **personale** su LinkedIn e in seguito quello **aziendale**. Comunque ricordati che le persone vogliono fare affari con altre persone e non con aziende. Creare un profilo aziendale serve per aumentare la propria visibilità sul Web, ma non per fare affari con altre figure professionali su LinkedIn. Devi crearli entrambi, così potrai cercare nuove opportunità e allo stesso tempo aumentare la tua visibilità sul Web.

## Creare Un Profilo Personale Su LinkedIn

Per quanto riguarda il tuo profilo personale, se non lo hai già creato, devi inserire quello che ti viene richiesto di volta in volta da LinkedIn, **nel titolo devi inserire le parole chiave** che descrivono meglio la tua figura professionale, ad esempio se sei un **Hotel Manager** e quello che devi scrivere. Una volta completato il proprio profilo personale, dovrai creare quello aziendale. Devi, da subito, sapere per **quali parole chiave vuoi essere trovato su LinkedIn** e sui vari motori di ricerca. Devi inserire nel titolo le parole chiave che hai scelto, per massimizzare le possibilità di essere trovato attraverso una **ricerca con LinkedIn o Google**. In seguito dovrai fare lo stesso nella **descrizione**, come al solito ti faccio un esempio per meglio chiarirti le idee.

Immagina di avere una **sala adatta per conferenze, seminari** e ogni tipo di evento in cui sia necessario disporre di una stanza di certe dimensioni con determinate attrezzature. Ora, se tu vuoi essere trovato per questo tipo di servizio, dovrai inserire nel titolo come nella descrizione del tuo profilo, esattamente queste parole chiave. Nel titolo potresti scrivere Sala per Conferenze e Meeting Hotel Drago.

Per esempio puoi scrivere, noi dell'Hotel Drago possediamo una **sala di 500 mq adatta per Conferenze, Seminari, Meeting e Congressi**, per una capienza di 500 persone. Abbiamo la possibilità di ospitare grandi allestimenti, 1 piscina esterna, fitness centre con sauna, Wi-Fi in tutta la struttura, dotata di impianti audio e video di ultima generazione.

È molto diverso che scrivere un generico Hotel Drago, inserendo esattamente le parole chiave prima nel titolo e poi nella descrizione, le possibilità di comparire primo nei motori di ricerca quali Google e all'interno delle **ricerche effettuate su LinkedIn** sono maggiori. Tieni presente che molte volte, nei motori di ricerca LinkedIn si piazza al primo posto, quindi la possibilità di essere trovato su motori di ricerca quali Google è altissima. Questo potrebbe aumentare il numero di richieste preventivi direttamente da LinkedIn, **attraverso la ricerca su Google!**

# Linkedin per il Marketing Turistico

Un altro fattore che devi considerare è quello di **scrivere post interessanti**, per ampliare le possibilità di essere visibili nei vari motori di ricerca. Devi creare dei contenuti di alto valore in grado di attirare il tuo potenziale cliente, mediante una semplice **ricerca su Google**.

## Come Trovare Nuovi Potenziali Clienti

Adesso arriva una delle parti più importanti, il momento in cui devi proporti a potenziali clienti. Infatti, non basta creare il profilo e sperare che qualcosa succeda, ma devi attivarti per **trovare i potenziali clienti** interessati a fare affari con te.

Questa operazione la dovrai fare attraverso il tuo profilo personale e non quello aziendale, quest'ultimo lo devi utilizzare per aumentare il tuo Brand e come vetrina da presentare al potenziale cliente.

Quindi la prima cosa che dovrai fare è **cercare il tuo target** o meglio chi potrebbe essere il tuo potenziale cliente.

Tornando all'esempio precedente, se vuoi affittare delle sale per conferenze, meeting e altri eventi simili, dovrai cercare organizzatori di eventi quali **Public Speaking, Eventi Motivazionali, Fiere** e ogni tipo di attività che sia legata a quello che tu hai da offrire. Devi informarti se nella tua zona ci sono Fiere importanti, magari potresti creare una convenzione per i clienti che dovessero soggiornare nella tua struttura ricettiva, durante il periodo della Fiera.

Vai su LinkedIn e cerca "organizzatore di eventi". Quello che devi fare è aprire ogni singolo profilo, leggere attentamente se la persona in questione organizza eventi che **possono legarsi a quello che tu hai da offrire**. Se le caratteristiche sono quelle giuste, inviagli un messaggio. Presentati, digli quali sono i servizi che offri, inserisci dei **link utili che mostrino le caratteristiche della tua struttura ricettiva**, e infine, digli che potresti offrirgli un **trattamento di favore**. Lasciagli i contatti telefonici, email e altro, cosicché l'organizzatore, se fosse interessato, ti contatterà. Questo lavoro lo dovrai fare con **tantissime persone**, poiché, come sai, per ottenere dei buoni risultati validi, è necessario effettuare diversi contatti.