

Caorle. Turismo emozionale, con il neuromarketing si valutano le esperienze psicologiche dei vacanzieri

Caorle. Turismo emozionale, con il neuromarketing si valutano le esperienze psicologiche dei vacanzieri Articolo riservato agli abbonati Venerdì 5 Aprile 2024, 02:00 - Ultimo agg. : 07:35 2 Minuti di Lettura CAORLE - Prosegue il percorso formativo della BiAcademy, la prima scuola dedicata agli operatori del turismo open air, voluta da BiHoliday, il gruppo turistico che fa capo a Biasuzzi Spa, e sviluppata con il Centro Internazionale di Studi sull'Economia del Turismo. Il gruppo BiHoliday, che conta anche il Villaggio San Francesco di Caorle (nella foto), ha gestito, nel 2023, 1,2 milioni di presenze e la crescita stimata per il 2024 sembra attestarsi ancora sulle due cifre. NUMERI IN CRESCITA «Con questi numeri - sottolineato Ilenia Cherubin, direttore marketing di BiHoliday - siamo chiamati a una grande responsabilità, quella di garantire una vacanza sempre più di qualità. Vogliamo realizzare una rete forte, capace di interagire con costanza sul territorio». «Il progetto - ha spiegato la professoressa Federica Montaguti - si pone come un unicum nel panorama italiano e anche internazionale. Si tratta infatti di un progetto di formazione in-house, dedicato nello specifico a figure di front line per il settore open air». Questo percorso formativo mira a fornire agli allievi tutte le competenze non solo nel campo della comunicazione e dell'accoglienza, ma anche della conoscenza del territorio e delle sue opportunità, per essere in grado di supportare al meglio l'esperienza degli ospiti, rendendola indimenticabile: inoltre si concentra sullo sviluppo di abilità digitali e sulla capacità di gestire tempo, priorità e rapporto con i colleghi. In quest'ottica, nell'ambito del percorso di formazione, si colloca l'intervento di Luca Vescovi, docente Ciset dell'Academy, sull'interessante tema del "neuromarketing" che «consente di comprendere e prevedere le emozioni, le motivazioni e le variabili psicologiche coinvolte nei processi decisionali dei turisti». La didattica dell'Academy si è basata soprattutto su interazione e simulazioni, con sessioni intensive sul campo, al Villaggio San Francesco. Teresa Infanti ©
RIPRODUZIONE RISERVATA