

Fare turismo, ovvero lo Sviluppo lo crea l'Uomo.

Non bastano, infatti, le attrazioni del territorio, anche nel caso siano queste magnifiche - come nel caso della Calabria. Pensiamo a Rimini, per esempio....

1) Misurare e scegliere la qualità degli uomini su cui viaggia il progetto turistico. Qualità umane, professionali, relazionali e culturali

2) Definire steps e timing

3) Eseguire una minuziosa analisi di mercato

4) Selezionare, quindi, per ridurre al minimo i rischi, un target ancora inesplorato o che, comunque, nell'ambito del progetto non trova ancora mete e servizi adeguati alle sue richieste, ai propri bisogni. Per fare ciò occorre conoscere a fondo i suoi usi e costumi

3) Creare partenariati con soggetti scelti sulla base della loro storia, della loro esperienza, dei loro successi

4) Possedere Relazioni di alto profilo nel mercato target di riferimento

5) Coinvolgere le migliori e più coerenti - al progetto - risorse del territori: rappresentanti della Cultura, dell'Imprenditoria, dell'artigianato, del mondo Associativo, della Politica.....

6) Definire e attuare eccellenti campagne di marketing, puntigliosamente mirate

7) Redigere Business Plane e Model, resi credibili e attraenti dai punti precedenti.

8) Configurare uno strumento di finanziamento "possibile"

