

Storytelling Turistico: che cosa è, perché usarlo nel turismo

🕒 27 ottobre 2016 📁 storytelling

E' stato un articolo di [Alessandra Farabegoli](#) a darci lo spunto per scrivere sullo storytelling turistico; infatti nel suo articolo "[Storytelling nel turismo](#)" abbiamo trovato un approfondimento interessante su un tema che abbiamo incontrato più di una volta lungo la nostra strada e che consideriamo strategico per stare sul mercato del turismo oggi giorno.

Infatti secondo l'antropologa e scrittrice americana Mary Catherine Bateson "La nostra specie ragiona per metafore e impara attraverso le storie". Da sempre siamo legati alle storie perché ci fanno coinvolgere, aprire la mente e regalare emozioni.

Raccontare è ciò che ci permette di promuovere e vendere qualsiasi servizio, a maggior ragione nel turismo, dove i luoghi e le strutture turistiche sono contenitori infiniti di storie che chiedono solo di essere raccontate.

Cosa vuol dire fare *storytelling* turistico?

Hai mai sentito parlare di **storytelling**? Negli ultimi anni è un concetto che si è prepotentemente imposto nel panorama del marketing, diventando la modalità cardine attraverso cui raccontare e presentare una destinazione **turistica**.

Lo **storytelling**, che in inglese significa semplicemente "raccontare storie", è una tecnica presa in prestito dalla narrativa classica per diventare uno strumento di comunicazione efficace nel marketing **turistico**: il suo scopo è quello di esprimere idee e concetti

suggestionando e persuadendo il pubblico coinvolgendolo sul piano emozionale.

Al contrario della comunicazione istituzionale (oggettiva, fredda, imparziale), lo **storytelling** parla in prima persona, trasmette emozioni, sorprende e coinvolge riuscendo a catturare l'attenzione degli utenti, quindi raccontare per sorprendere ed emozionare. La comunicazione turistica non si basa più su ciò che viene considerata oggettivamente la destinazione più interessante, ma su ciò che le persone pensano sia la migliore (se poi sono loro a raccontare la destinazione, tanto meglio).

In questo modo il ruolo della narrazione diventa quello di stimolare il sogno, accendere la fantasia, creare identificazione, anticipando – o prolungando – il piacere del viaggio in sé.

Chi fa storytelling turistico?

Il racconto della destinazione può essere di 3 tipi, a seconda dell'interlocutore:

- le storie delle strutture ricettive (ricordi, storie familiari, autobiografia): per raccontarsi in prima persona e sottolineare ciò che ci rende unici;
- le storie legate a quel luogo (romanzi, leggende, film, fatti storici): per valorizzare una destinazione e far venire voglia alle persone di scoprirla;
- le storie raccontate dai visitatori (blog, social, recensioni): per generare spunti utili per il passaparola e la *brand reputation*.

Come si fa storytelling?

Le possibilità a disposizione per raccontare una destinazione sono innumerevoli e sempre aperte a nuove contaminazioni e applicazioni creative.

Una struttura ricettiva può dedicarsi allo storytelling mettendo sotto forma di racconto (o di video, o di fumetto, o di immagini) la storia del proprio hotel o ristorante, riportando episodi o vicende familiari, oppure raccontando il “dietro le quinte” della propria attività (come è

nato un piatto, la preparazione della colazione o le fasi di riammodernamento di una struttura): raccontare le abitudini e le storie famigliari genera sempre emozione e coinvolgimento in chi ascolta.

Una destinazione turistica può rispolverare antiche leggende o favole a cui è legata: le persone amano ascoltare aneddoti e curiosità. Le destinazioni sono reali e ricche di storie da raccontare: le storie sono lo strumento per sedurre i visitatori.

In che modo lo storytelling può aiutare i nostri strumenti di business?

Lo storytelling può essere un valido strumento per sostenere gli obiettivi di business delle aziende in ambito turistico. Essenzialmente per 3 motivi. Lo storytelling:

- accresce la *brand awareness*: se le storie sono belle e raccontate bene possono aiutarci a farci conoscere e raggiungere un bacino di utenza sempre più esteso;
- intercetta il target giusto: le storie ci aiutano a sintonizzarci sulla stessa lunghezza d'onda intercettando il tipo di cliente più adatto a noi;
- post-vendita: la narrazione aiuta a prolungare la relazione con la nostra clientela fidelizzandola e garantendoci il giusto passaparola.

Sei una struttura di ricezione turistica? Hai mai pensato di dedicarti allo storytelling? Contattaci se vuoi sapere come lo storytelling può essere di aiuto al tuo business.

Allora cosa aspetti?

Contattaci per un check-up gratuito, sapremo creare valore dalle tue richieste:

E-MAIL

📞 035.63.21.865

Modulo di contatto



Nome *



Email *



Telefono



Messaggio *

INVIA MESSAGGIO



Idee & competenze

Turismo & Innovazione nasce come rete di impresa al fine di unire varie professionalità, in grado di coordinare e sviluppare tutte quelle attività finalizzate a creare, incrementare e consolidare la visibilità e l'attrattività di strutture ricettive, pacchetti turistici e destinazioni.

Ultimi contenuti caricati

> [Val Brembana Crea Impresa](#)

28 febbraio 2020

- **L'importanza delle tradizioni locali nello sviluppo dei prodotti turistici esperienziali**
3 luglio 2019
- **Il fenomeno delle OTA e il riscatto delle Destinazioni Turistiche**
20 giugno 2019
- **I micro Influencer, chi sono e perché sono utili nel marketing turistico territoriale**
18 giugno 2019
- **Il Coordinatore Turistico Locale – III parte**
2 maggio 2019

