

digItalyExperience: i Big Data nel turismo digitale

Totale conversazioni

21.365.926



Instagram: 10.477.358

49%

51%

10.888.568: Twitter



Italiano

45,9%

54,1%



Inglese

digItalyExperience: i Big Data nel turismo digitale

Customer Journey: le fasi di viaggio più commentate dagli utenti

Pre Viaggio

24,9%

Informazioni, pianificazioni e prenotazioni

Esperienza

72,9%

*Condivisione itinerario di viaggio
Commenti in real time su luoghi, servizi ed emozioni*

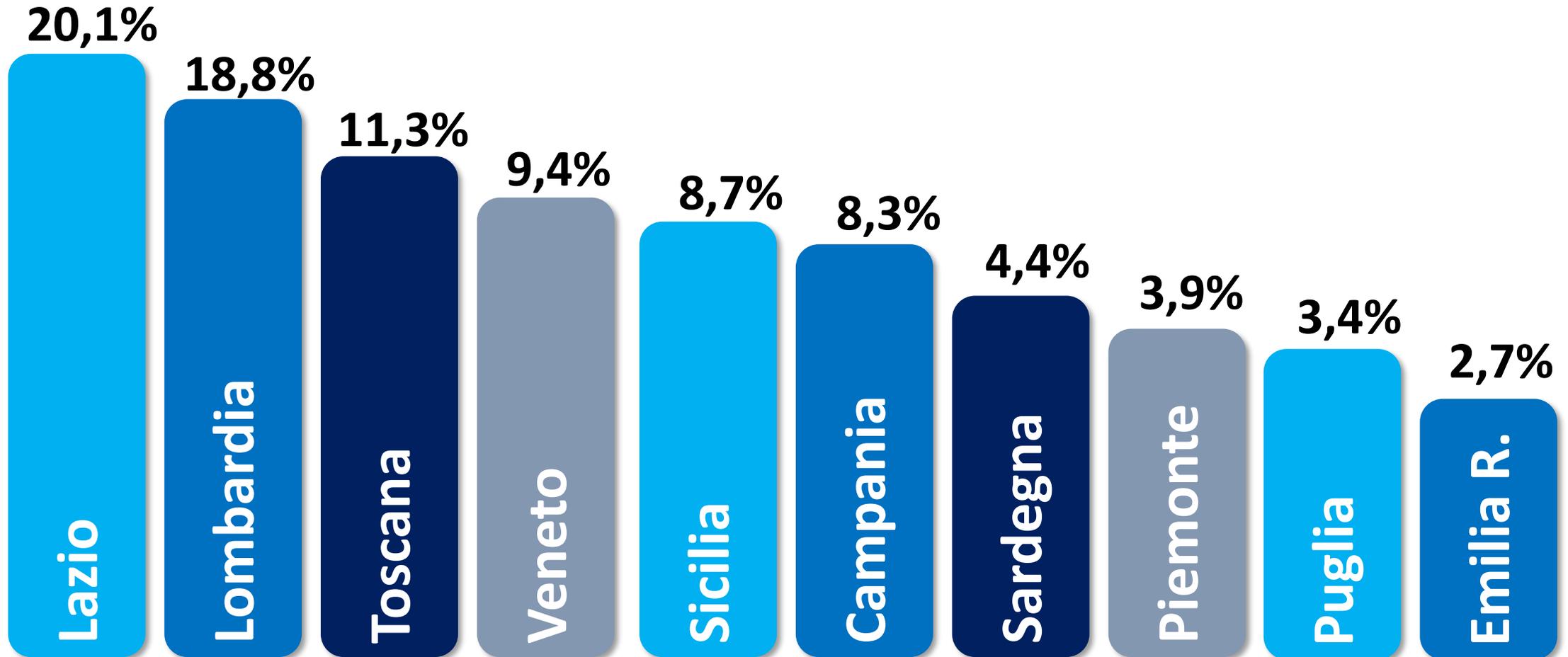
Post Viaggio

2,2%

Recensioni e critiche

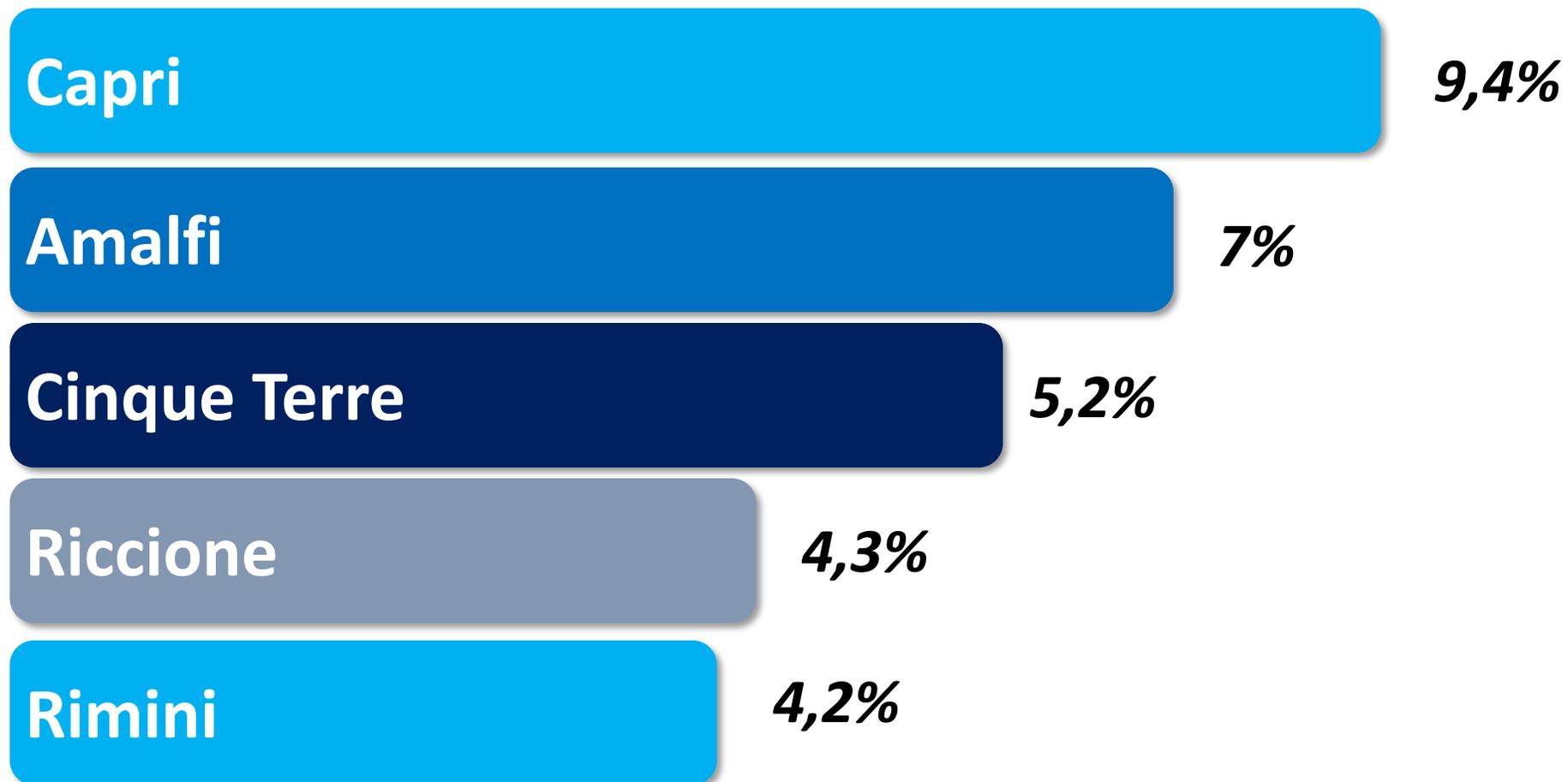
digItalyExperience: i Big Data nel turismo digitale

Le Regioni più citate sui social

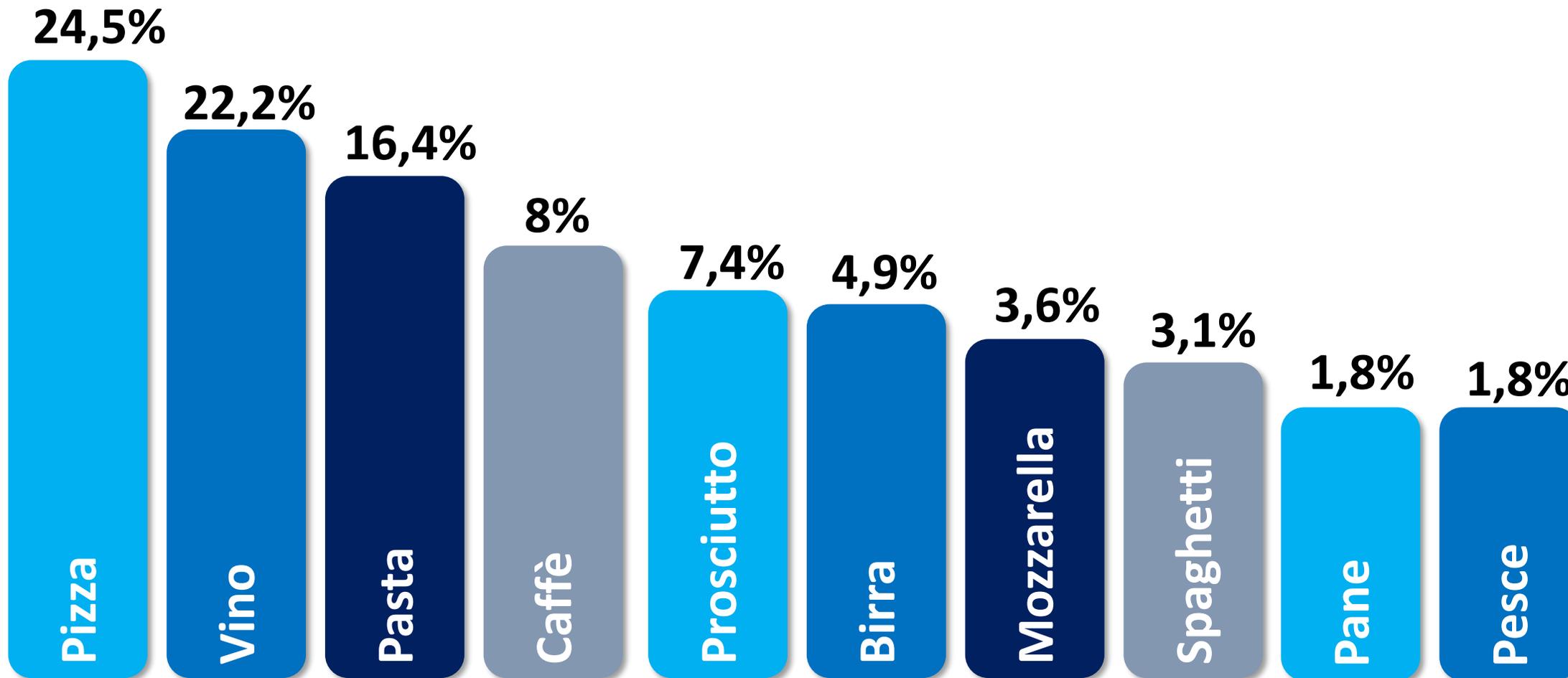


digItalyExperience: i Big Data nel turismo digitale

Le prime 5 località balneari

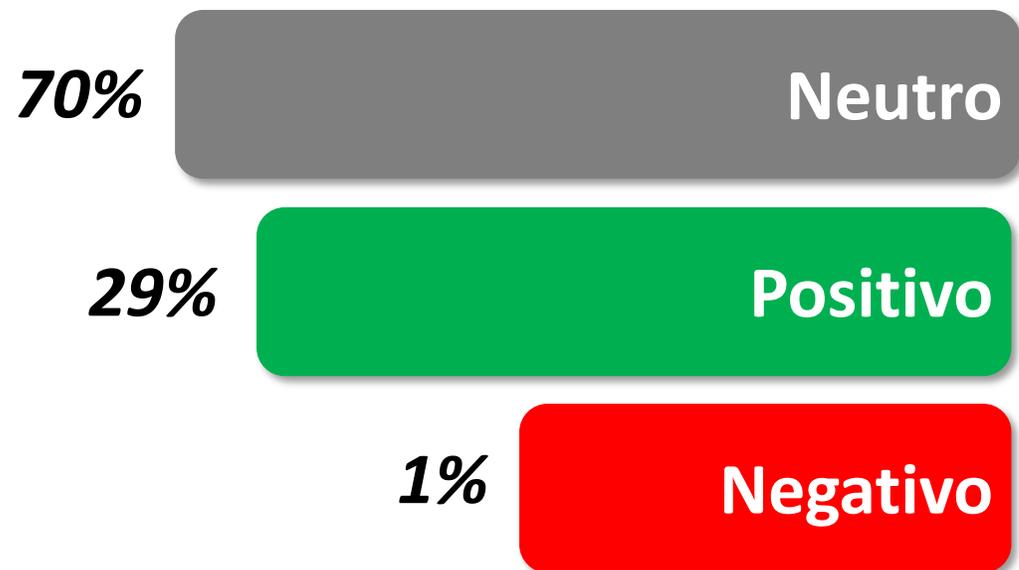


I simboli del food italiano

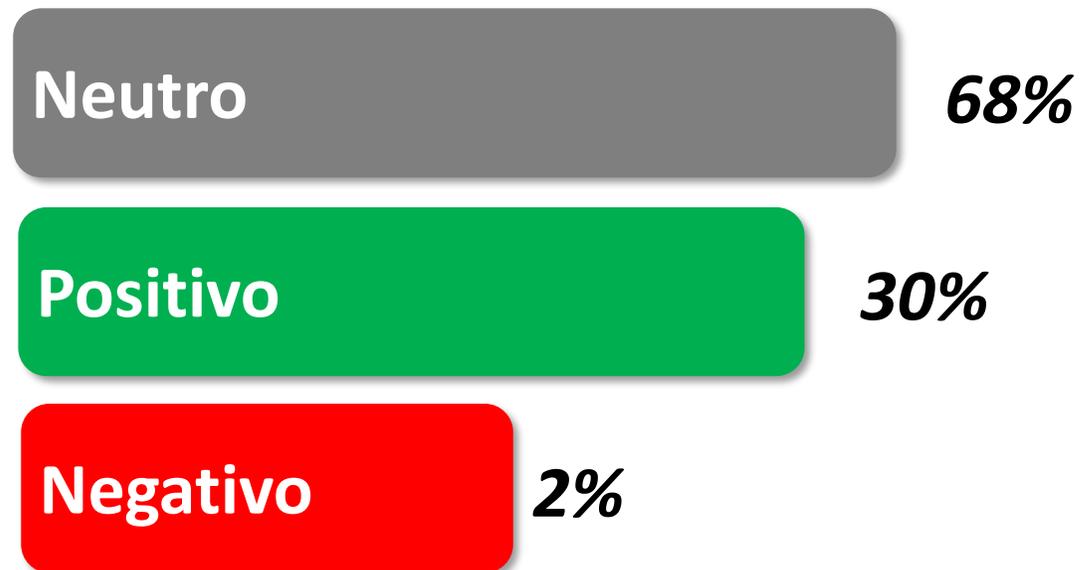


digItalyExperience: i Big Data nel turismo digitale

Il sentiment di enogastronomia



Il sentiment delle attività sportive



digItalyExperience: i Big Data nel turismo digitale

- 1.** Il **turismo** è sempre più **esperienza** e non solo la destinazione
- 2.** La **travel destination** rappresenta un forte elemento di **identificazione**
- 3.** La domanda premia **offerte integrate** in una unica esperienza (food+evento+struttura ricettiva)
- 4.** Il **turista** ha un **ruolo sempre più attivo** nella costruzione del viaggio (recensioni online; shared accomodation..)
- 5.** I **Big-Data** sono dei **fattori chiave** per la **costruzione** di nuovi modelli di **offerta** (promozioni mirate; web reputation; pricing..)