

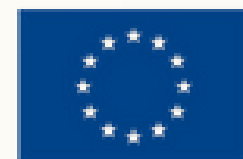


AgriVet Tourism

AgriVETourism

**Promuovere l'agriturismo sostenibile attraverso la
formazione professionale per lo sviluppo rurale.**

Riferimento del progetto: 2024-2-BG01-KA210-VET-000267044



**Co-funded by
the European Union**

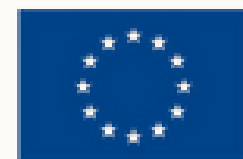


AgriVet Tourism

Benvenuti al Modulo 2

Il “mercato” dell’agriturismo

Raggiungere i clienti con strumenti
digitali



Co-funded by
the European Union



AgriVet **Tourism**

Obiettivi di apprendimento

Al termine di questo modulo, gli studenti saranno in grado di:

- Comprendere in che modo la presenza digitale influisce sulla visibilità e sulle prenotazioni nel settore dell'agriturismo.
- Creare o migliorare un profilo online di base per la propria attività agrituristica.
- Utilizza i social media in modo strategico per attrarre e coinvolgere i visitatori.
- Utilizzare strumenti digitali semplici per la comunicazione, le prenotazioni e le vendite.
- Utilizza strumenti di intelligenza artificiale di base per supportare la creazione di contenuti e l'interazione con i clienti.

Unità di contenuto principali

Questo modulo è suddiviso in tre unità pratiche:

**Unità 1: Costruire una presenza digitale di
base**

**Unità 2: Utilizzare i social media per
attrarre visitatori**

**Unità 3: Vendere e comunicare online con
semplici strumenti di intelligenza artificiale**

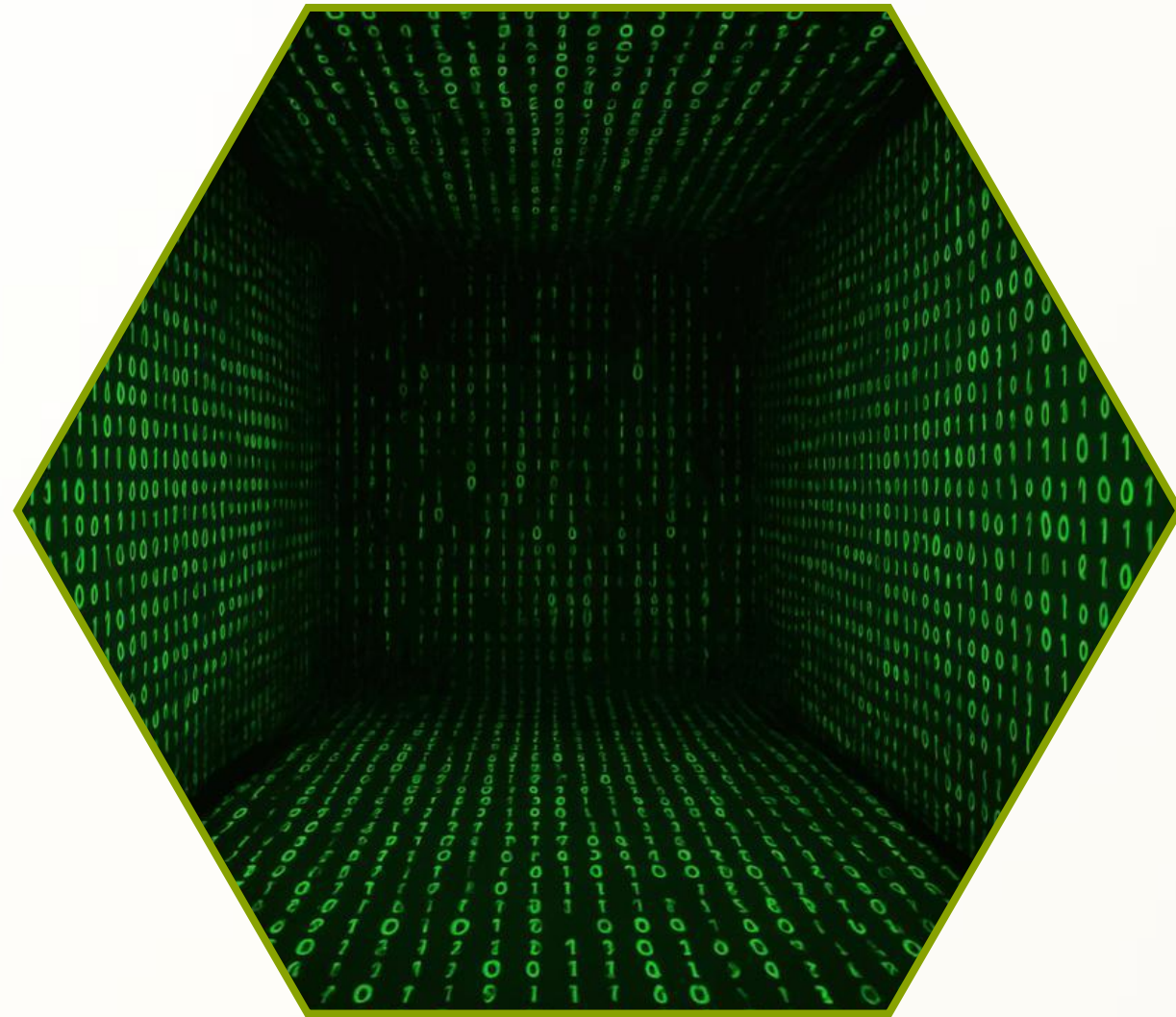
Ciascun modulo affronta una specifica lacuna di competenze comunemente riscontrata tra gli operatori agrituristici e include esempi concreti, esercizi pratici e risultati tangibili.



AgriVet Tourism

INTRODUZIONE

- Tutto ciò che riguarda la tua azienda agricola è visibile online e rappresenta la tua presenza digitale.
- Argomenti trattati: Profilo Google Business, sito web vs. social media, profilo in 5 fasi.
- Risultato: una lista di controllo del profilo digitale compilata



Problema risolto: scarsa o inesistente presenza online

Molti operatori agrituristici si affidano al **passaparola o alle reti locali** per attrarre ospiti. Sebbene le raccomandazioni personali rimangano importanti, oggi la maggior parte dei visitatori cerca prima online. Senza una **chiara presenza digitale**, i potenziali ospiti potrebbero non scoprire mai questa esperienza.

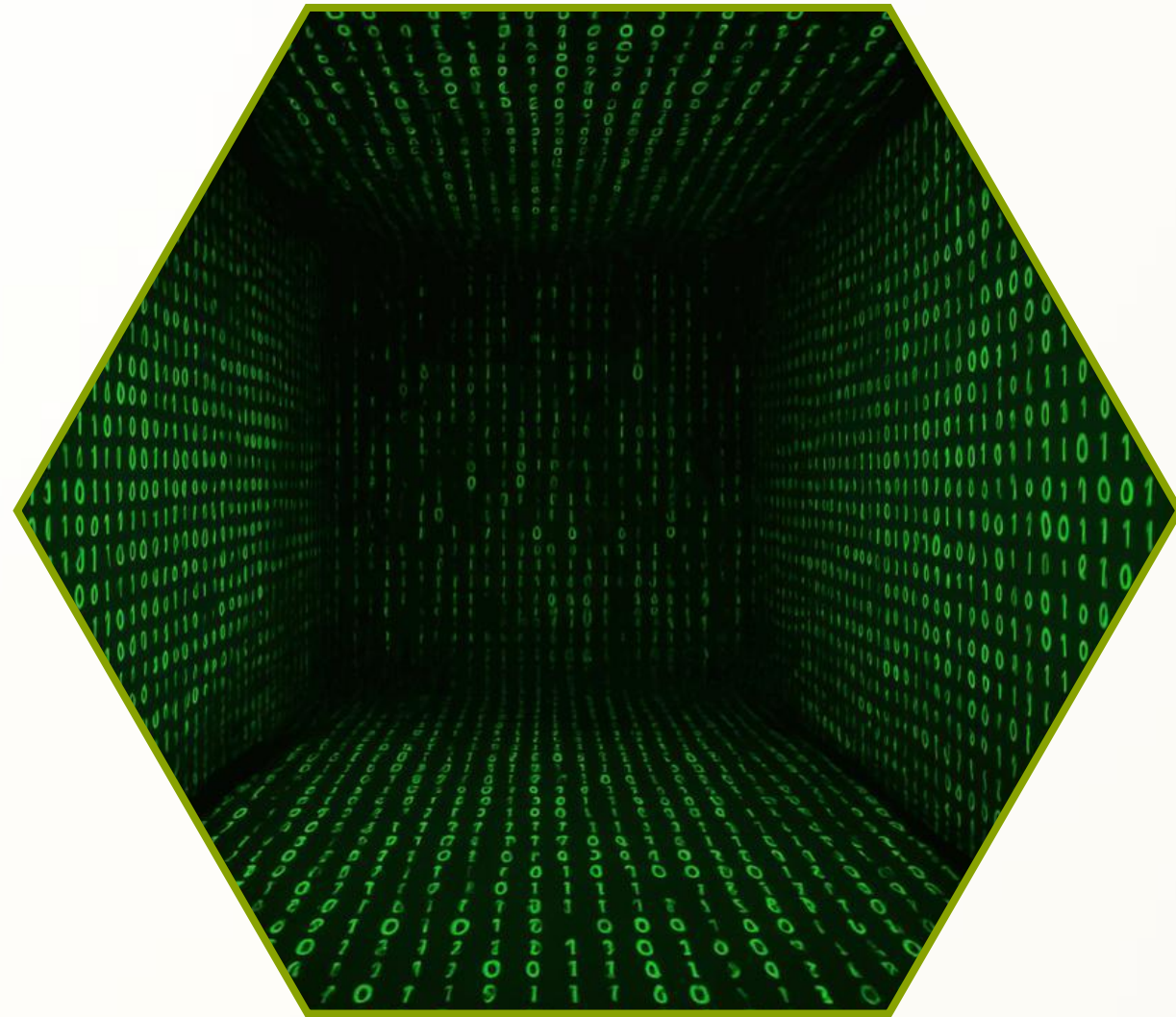
Questo **modulo si concentra** sulla presenza digitale minima che ogni azienda agrituristica dovrebbe avere per essere visibile, affidabile e facilmente contattabile.



Unità 1

Creare una presenza digitale di base

AgriVet **Tourism**



Problema risolto: scarsa o inesistente presenza online

Molti operatori agrituristici si affidano al **passaparola** o **alle reti locali** per attrarre ospiti. Sebbene le raccomandazioni personali rimangano importanti, oggi la maggior parte dei visitatori cerca prima online.

Senza una **chiara presenza digitale**, i potenziali ospiti potrebbero non scoprire mai questa esperienza.

Questo **modulo si concentra** sulla presenza digitale minima che ogni azienda agrituristica dovrebbe avere per essere visibile, affidabile e facilmente contattabile.



AgriVet **Tourism**

Il problema (Verifica della realtà)



Molti operatori del settore agriturismo si trovano ad affrontare le seguenti sfide:

- La loro attività non compare su Google Maps oppure compare con informazioni errate.
- Non hanno un sito web e un profilo sui social media inattivo o confuso.
- Gli ospiti non riescono a trovare facilmente prezzi, foto, posizione o recapiti.



AgriVet Tourism

Esempio reale



In Grecia, un'attività ricettiva rurale ha documentato che gli ospiti faticavano a trovare informazioni affidabili e che le prenotazioni dipendevano in larga misura dagli intermediari.

Nell'ambito della soluzione, hanno creato un profilo Google My Business in modo che i visitatori potessero trovare facilmente il locale e lasciare recensioni; il caso di studio riporta un netto miglioramento delle prestazioni dopo l'implementazione del piano digitale completo."



AgriVet **Tourism**

Concetti chiave / Scopo degli strumenti: Apprendimento



Concetti principali:

- visibilità digitale
- Fiducia e credibilità online
- Prima impressione digitale

Strumenti introdotti:

- Google Maps / Profilo aziendale Google
- Sito web di base o pagina sui social media
- Recensioni online

L'attenzione è rivolta alla **chiarezza, all'accuratezza e alla coerenza** , non alla complessità tecnica.



AgriVet **Tourism**

Come metterlo in pratica

Istruzioni dettagliate passo passo:

- Passaggio 1: Richiedi/crea il tuo profilo Google My Business (business.google.com)
- Passaggio 2: Aggiungi 5 foto reali: esterni, attività, prodotto, benvenuto, persone
- Passaggio 3: Scrivi una descrizione di meno di 300 parole, specifica e onesta.
- Passaggio 4: Aggiungi le informazioni di contatto e un link di prenotazione WhatsApp
- Passaggio 5: Chiedi ai tuoi primi 5 ospiti di lasciare una recensione su Google

L'obiettivo è rendere la tua attività agrituristica facile da trovare e affidabile.





AgriVet Tourism

Come metterlo in pratica



- Prova a cercare il nome della tua azienda agricola su Google: cosa compare?
- Se l'annuncio esiste: rivendicalo, aggiungi foto e verifica le informazioni di contatto.
- Se non compare nulla: vai su business.google.com e compila tutti i campi.
- Invia un messaggio a un ospite recente chiedendogli di lasciare una recensione su Google.

Gli operatori con una scheda Google completa ricevono dalle 3 alle 5 volte più richieste. La differenza sta nella visibilità, non nella qualità. Un profilo completo è già di per sé più efficace della maggior parte dei concorrenti locali.



AgriVet **Tourism**

Cose da fare e da non fare



- DA FARE: Inizia con il Profilo aziendale di Google: è gratuito ed è il passo più importante.
- DA FARE: Utilizza foto reali della tua azienda agricola, dei tuoi prodotti e delle tue attività.
- DA FARE: Chiedete agli ospiti di lasciare una recensione: 5 recensioni autentiche fanno davvero la differenza.
- NON FARE: Cercare di essere presenti su tutte le piattaforme contemporaneamente: un profilo completo è la scelta migliore.



AgriVet **Tourism**

Caso di studio / migliori prassi

Paese: Portogallo (UE)

Contesto: Terras de Trás-os-Montes



Uno studio sottoposto a revisione paritaria (MDPI, 2025) ha analizzato la presenza online delle imprese di turismo rurale nelle Terras de Trás-os-Montes (incluse le imprese agrituristiche). I ricercatori hanno utilizzato il Registro Nazionale del Turismo ufficiale per identificare le imprese di turismo rurale legalmente operanti, valutandone poi la preparazione digitale e le prestazioni del sito web.

Risorsa



AgriVet **Tourism**

Caso di studio / migliori prassi



Ciò che è stato scoperto (problema → opportunità)

- Su 57 imprese di turismo rurale registrate, 26 non avevano un sito web e 10 non erano funzionanti, il che significa che gran parte del settore aveva una visibilità digitale scarsa o inesistente.
- L'articolo evidenzia come le imprese turistiche rurali della regione si trovino ad affrontare significative sfide in termini di visibilità digitale, nonostante la destinazione abbia un forte potenziale turistico.



AgriVet Tourism

Caso di studio / migliori prassi

Cosa è stato fatto (azioni di buona prassi)

Lo studio individua le "migliori pratiche" tra gli operatori più performanti e raccomanda azioni concrete di grande rilevanza per gli agriturismi:

- Migliorare la reperibilità online di base (pagine funzionali, descrizioni chiare, informazioni aggiornate).
- Migliora gli elementi SEO locali (titoli/meta descrizioni chiari, prestazioni su dispositivi mobili, contenuti sempre aggiornati)
- Rafforzare la “prontezza per la ricerca locale” (il documento collega esplicitamente la visibilità del turismo rurale alle pratiche SEO locali e alla necessità di sfruttare gli strumenti utilizzati dai viaggiatori nella pianificazione dei viaggi).





AgriVet Tourism

Caso di studio / migliori prassi



Cosa è cambiato / vantaggio (perché questa è la prassi migliore)

Il punto chiave dello studio è che semplici miglioramenti digitali a basso costo (presenza online funzionale + nozioni di base di SEO locale) sono essenziali affinché le imprese rurali/agriturismo possano competere ed essere trovate in un mercato in cui la maggior parte dei viaggiatori pianifica online.

Collegamento pratico a Google Maps / Presenza su Google

Per collegare direttamente questo concetto agli obiettivi di apprendimento dell'Unità 1: le linee guida di Google per le attività del settore alberghiero e della ristorazione spiegano che un Profilo Aziendale aiuta i proprietari a gestire le informazioni aziendali e a interagire con i potenziali clienti, colmando esattamente il divario di "visibilità + fiducia + reperibilità" che questa unità si propone di colmare.



AgriVet Tourism

Esercizi pratici



Attività: Lista di controllo per il miglioramento della presenza digitale

Gli studenti devono:

- Controlla se la loro attività compare su Google Maps.
- Individuare le informazioni mancanti o errate
- Elenca almeno 3 miglioramenti da apportare immediatamente

Produzione:

✓ Checklist per il miglioramento della presenza digitale completata

Tempo stimato: 45 minuti

Controlla l'esercizio qui



AgriVet Tourism

Esercizi pratici



- Analizza la tua attuale presenza digitale: individua le principali lacune.
 - Risultato: Lista di controllo del profilo digitale: cosa è stato fatto e cosa manca
 - 20 minuti (15 minuti di lavoro + 5 minuti di presentazione)
 - Operatori: usate la vostra vera attività.
-
- Riepilogo: ogni persona condivide la sua maggiore difficoltà e la prima azione da intraprendere questa settimana.
 - Riscontro frequente: nessuna presenza su Google, nessuna foto, nessuna recensione — quasi sempre.
 - Alcuni utenti troveranno un annuncio non reclamato: aiutateli a reclamarlo in diretta durante la sessione.



AgriVet **Tourism**

Unità 2: Introduzione

Racconta la tua storia sui social media



- I social media sono i luoghi in cui i visitatori trascorrono del tempo prima di viaggiare, a costo zero.
- Contiene: narrazione visiva, 3 formule di contenuto, calendario dei contenuti di 1 mese.
- Risultato: un calendario dei contenuti mensile completo

Note :

- Racconta la tua storia sui social media
- Un post a settimana, ogni settimana, con costanza e autenticità, vale più di dieci post in un giorno seguiti dal silenzio.



AgriVet Tourism

Il problema (Reality Check)



- Pubblico post a caso quando ho tempo, oppure non li pubblico affatto.
- Nessun piano = nessuna coerenza = invisibile ai potenziali visitatori
- Contenuto generico senza storia, senza prodotto, senza invito all'azione.
- L'azienda agricola esiste, ma la presenza online non riesce a creare slancio.

Note / Esempio

Due fattorie, stesso prodotto. Una: "Uova fresche, chiamare per ordinare". L'altra: la foto di un uovo caldo con una breve storia.

La seconda riceve dieci volte più reazioni. Stesse uova, storia diversa.



AgriVet Tourism

Concetti chiave / Strumenti

Narrazione visiva

- Narrazione visiva: la vera vita di fattoria che fa provare emozioni alle persone
- Pubblica 1-2 volte a settimana su UNA sola piattaforma: la costanza è più importante della frequenza.
- Luce naturale: il fattore più importante per una buona foto scattata con il telefono.
- Elementi tipici di una fattoria: animali, raccolto, mani, prodotti, cibo

Cosa NON pubblicare: foto sfocate, immagini di repertorio, lunghi blocchi di testo, saluti generici. Se non lo mostreresti di persona a un visitatore, non pubblicarlo.





AgriVet Tourism

Come metterlo In pratica

3 formule di contenuto per le aziende agrituristiche

- Momento Fattoria: qualcosa di reale e stagionale che sta accadendo proprio ora
- Promemoria offerta: dettagli: cosa, quando, prezzo, come prenotare
- Dietro le quinte: come qualcosa viene prodotto, coltivato o preparato.
- Pianifica un mese in 20 minuti: 8 post, 2 giorni di pubblicazione a settimana



Un'azienda agricola specializzata in erbe aromatiche pianifica i contenuti di aprile già a marzo: erbe, workshop, disponibilità, prodotti. Quattro post. Quattro settimane. Niente stress quotidiano.



AgriVet Tourism

Come metterlo in pratica



- Scegli UNA sola piattaforma: Facebook (locale, con utenti più anziani) o Instagram (giovane, con utenti internazionali).
- Stabilisci due giorni di pubblicazione a settimana e rispettali, ogni singola settimana.
- Chiediti: "Cosa sto facendo oggi che un visitatore potrebbe trovare interessante?"
- Pianifica 8 post utilizzando le 3 formule: Momento Farm, Promemoria Offerta, Dietro le quinte

Un'azienda agricola produttrice di castagne nella Grecia settentrionale pubblicava una foto a settimana. In una sola stagione: 340 follower.

Quattro gruppi hanno prenotato per l'autunno successivo dopo aver visto le foto mesi prima.



AgriVet Tourism

Cose da fare e da non fare



- DA FARE: Pubblicare una o due volte a settimana, sempre negli stessi giorni.
- DA FARE: Utilizzare foto reali con una didascalia specifica e un chiaro passo successivo
- DA FARE: Pianifica i post con un mese di anticipo: in questo modo eliminerai lo stress quotidiano.
- NON FARE: Pubblica solo quando hai bisogno di prenotazioni: costruisci la tua presenza online prima di averne bisogno.

Una pensione pubblica un post ogni martedì e ogni venerdì. Due post a settimana, programmati ogni domenica. 30 minuti a settimana.

Costo zero. Una presenza costante su cui gli ospiti possono contare.



AgriVet Tourism

Esempi da Grecia e Bulgaria



- Grecia — Frutteto di pesche, Imathia:
- Da 40 a 600 follower in una stagione | 23 messaggi di prenotazione diretti
- Bulgaria — Azienda vinicola vicino a Melnik:
- Un post a settimana il venerdì: i follower su Instagram sono raddoppiati in 6 mesi.

I post che presentano uno specifico prodotto alimentare, un elemento stagionale e un volto umano ottengono un coinvolgimento significativamente maggiore rispetto ai post che mostrano solo il prodotto. L'autenticità vince sulla perfezione.



AgriVet Tourism

Buone Pratiche



- Vigneto vicino a Sandanski, Bulgaria — 80 follower, pubblica irregolarmente
- Problema: le esperienze esistevano ma erano invisibili: nessuna descrizione, nessun prezzo, nessuna promozione.
- Soluzione: scheda offerta chiara + post settimanale del venerdì + WhatsApp Business per le prenotazioni
- Risultato: 34 prenotazioni | follower da 80 a 420 | lista d'attesa a ottobre
- Investimento: zero | Tempo: 30 min/settimana
- Chiave: un post costante a settimana si accumula nel corso dell'intera stagione



AgriVet **Tourism**

Esercizi pratici



- Pianifica un mese di contenuti per i social media dedicati alla tua azienda agricola.
- Risultato: Calendario editoriale di 1 mese — 8 idee per i post, piattaforma, 2 giorni di pubblicazione a settimana
- 20 minuti (15 minuti di pianificazione + 5 minuti di condivisione)
- Operatori: utilizzate attività reali in programma.
- Analisi: condividete la vostra idea di post preferita: "Quale otterrebbe più reazioni e perché?"
- Un ostacolo comune: "Non so cosa scrivere". Chiedi: "Cosa fai martedì? Scatta una foto. Quella sarà la tua risposta."



AgriVet **Tourism**



Unità 3:

Vendere e comunicare Online

- Gli operatori perdono prenotazioni a causa di risposte lente o poco chiare, non per il prezzo o la qualità.
- Copre: WhatsApp Business, piattaforme di prenotazione, strumenti di intelligenza artificiale per offerte e risposte.
- Output: Scheda offerta online + 5 risposte predefinite per gli ospiti
- Vendi e comunica online
- Una risposta immediata entro 30 secondi può spesso fare la differenza tra una prenotazione e un cliente perso.



AgriVet Tourism

Il problema (Reality Check)



- Le risposte lente comportano la perdita di prenotazioni: i visitatori prenotano altrove entro 24 ore.
- Nessuna offerta scritta = nessuna prenotazione da chi non può chiamare
- Ogni risposta da zero = 20-30 minuti per richiesta
- Scarsa dimestichezza con il digitale: niente strumenti, niente modelli, niente tempo.

Un'azienda agricola produttrice di zafferano vicino a Kozani: ogni risposta su Facebook richiedeva dai 20 ai 30 minuti. Dopo aver utilizzato WhatsApp Business con 5 risposte rapide: meno di 5 minuti. Le prenotazioni sono aumentate immediatamente.



AgriVet **Tourism**



Concetti chiave / Strumenti

Strumenti di comunicazione online

- WhatsApp Business: gratuito, i tuoi ospiti lo usano già
- Scheda offerta: massimo 100 parole — cosa, quando, prezzo, come prenotare
- Risposte pronte: 5 risposte predefinite per le domande più frequenti.
- Scelta della piattaforma: iniziate con UN solo canale e fatelo bene.

Regola fondamentale: scegli UN canale principale e fallo bene prima di aggiungerne altri.



AgriVet Tourism

Come metterlo in pratica



Strumenti di intelligenza artificiale per i piccoli operatori agrituristici

- Strumenti di intelligenza artificiale gratuiti: ChatGPT, Gemini — su qualsiasi smartphone, senza costi aggiuntivi.
- Descrivi le offerte in un linguaggio chiaro e naturale.
- Prepara risposte predefinite per le domande più frequenti dei tuoi ospiti.
- Genera didascalie per i social media e migliora le schede di Google.

Una regola fondamentale: l'IA può commettere errori di fatto. Rivedete sempre i dati prima di pubblicarli.

Verifica prezzi, date e attività: la fase di modifica è fondamentale.



AgriVet **Tourism**

Come metterlo in pratica



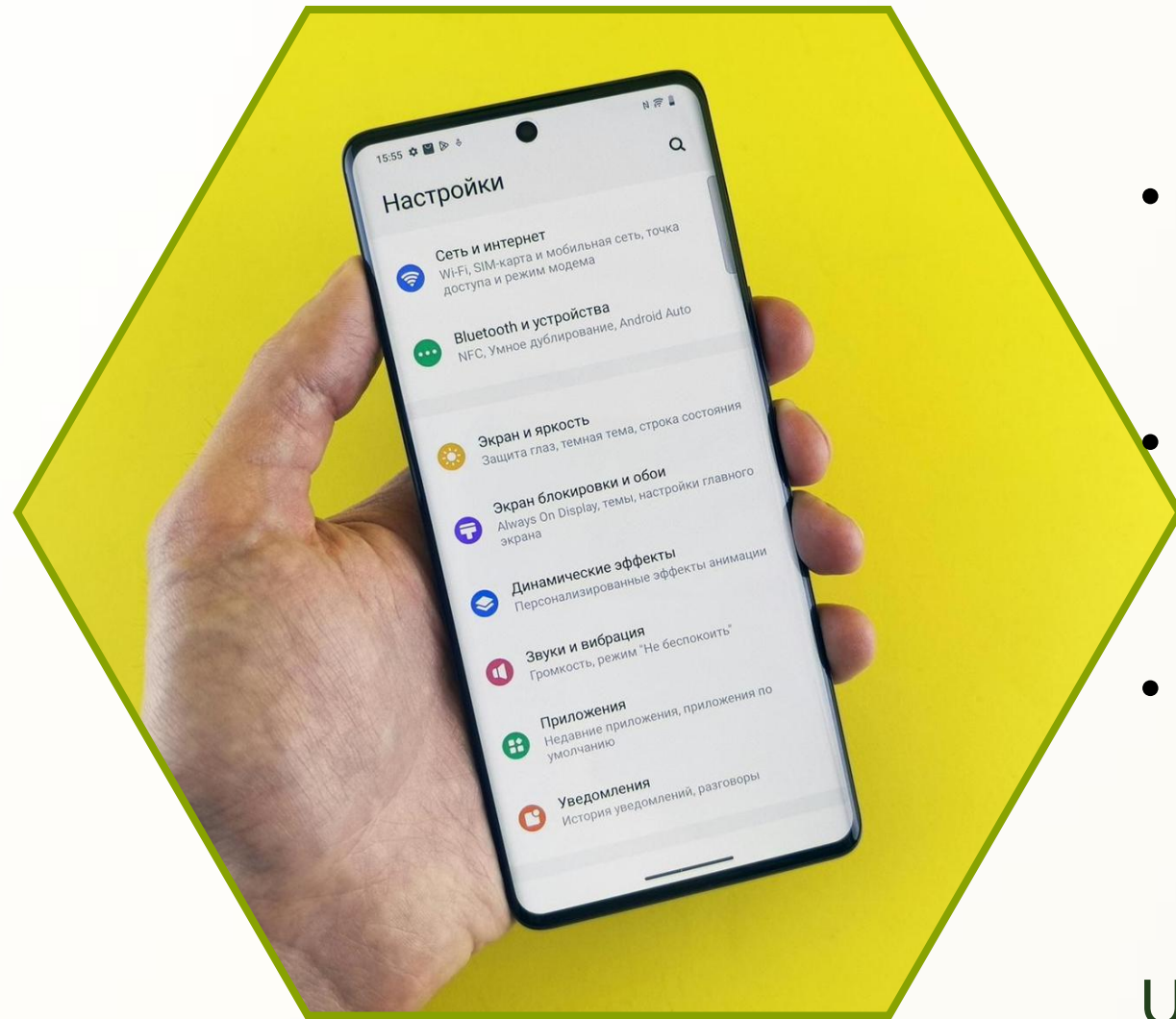
- Passaggio 1: Scarica WhatsApp Business — converti gratuitamente il tuo numero aziendale
- Passaggio 2: Scrivi la tua Offer Card — un'esperienza, meno di 100 parole, prezzo specifico
- Passaggio 3: crea 5 risposte predefinite: prenotazione, indicazioni stradali, prezzi, cancellazione, ringraziamento
- Passaggio 4: Prova l'IA sul tuo telefono: chiedi, rivedi, modifica, quindi pubblica

Esempio di richiesta da parte dell'IA: "Scrivi una breve offerta per un workshop sulle erbe aromatiche nella Grecia settentrionale. 75 minuti, 20 euro a persona, massimo 8 partecipanti, miscela di erbe da portare a casa." Modifica tre elementi. Pubblica.



Cose da fare e da non fare

AgriVet Tourism



- DA FARE: Configura WhatsApp Business: è gratuito e gli ospiti lo usano già.
- DA FARE: Scrivi un'offerta chiara: cosa è incluso, durata, prezzo, come prenotare
- DA FARE: Prepara risposte pronte all'uso: la velocità di risposta trasforma le richieste in prenotazioni.
- NON FARE: Usare WhatsApp personale per lavoro: perderesti tutte le funzionalità

Un'azienda agricola ha implementato 3 risposte rapide su WhatsApp: prenotazioni, indicazioni stradali, prezzi. I tempi di risposta si sono ridotti da ore a minuti. Le prenotazioni che prima non andavano a buon fine a causa di risposte lente non sono più perse.



AgriVet Tourism

Buone pratiche



- Grecia — Azienda agricola di zafferano, Kozani:
- Facebook risponde in 20-30 minuti, mentre WhatsApp risponde rapidamente in meno di 5 minuti.
- Bulgaria — Agriturismo vicino a Melnik:
- Offerta WhatsApp più IA: prenotazioni di esperienze triplicate senza commissioni

Ricerca a livello nazionale: il motivo più comune per cui un visitatore non prenota è una risposta lenta o poco chiara. Risposte rapide e un'offerta chiara risolvono entrambi i problemi direttamente.



AgriVet Tourism

Esercizi pratici



- Scrivi un'offerta e cinque risposte pronte da utilizzare immediatamente
- Output: Scheda offerta online (meno di 100 parole) + 5 risposte predefinite per gli ospiti
- 20 minuti (15 minuti di scrittura + 5 minuti di condivisione)
- Parte A: offerta — utilizza l'intelligenza artificiale se disponibile, poi modificala per adattarla al tuo stile.
- Discussione finale: due studenti leggono ad alta voce la loro offerta: "Prenotereste questo corso? Quale cosa cambiereste?"
- Risposte comuni da scrivere: cosa è incluso, indicazioni stradali, cosa portare, cancellazione, ringraziamento.

Punti chiave



AgriVet **Tourism**

3 modelli da portare a casa oggi:

1. Lista di controllo del profilo digitale

- presenza online verificata

2. Calendario dei contenuti di 1 mese

- Sono previsti 8 post

3. Scheda offerta + risposte predefinite

- un'offerta + 5 risposte pronte ora





AgriVet Tourism

Autovalutazione

- Qual è la lacuna più grande nella tua presenza digitale? Un'azione da intraprendere questa settimana?
- Quale tra i tuoi 8 post sarebbe il più facile da pubblicare oggi?
- Quale strumento di comunicazione online si adatta meglio al tuo attuale modo di lavorare?
- Hai provato lo strumento basato sull'intelligenza artificiale? E per quale compito lo useresti di nuovo?
- Se aveste 30 minuti a disposizione questo fine settimana, cosa fareste per prima cosa?



AgriVet Tourism

Grazie



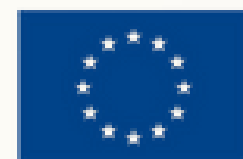


AgriVet Tourism

AgriVETourism

**Promuovere l'agriturismo sostenibile attraverso la
formazione professionale per lo sviluppo rurale.**

Riferimento del progetto: 2024-2-BG01-KA210-VET-000267044



**Co-funded by
the European Union**

Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni espresse sono tuttavia esclusivamente quelle dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione Europea o dell'Agenzia europea dell'istruzione e della cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per tali opinioni.