

# Come migliorare la propria performance



Il nostro Trentino: sempre sopra ogni aspettativa .. Grazie anche a noi !



“Come si presentano gli alberghi trentini sul web: punti di forza e di debolezza, come migliorare la propria performance”

# Come migliorare la propria performance



Il nostro Trentino: sempre sopra ogni aspettativa .. Grazie anche a noi !

- 1. Rilevando analiticamente i costi**
- 2. Misurando costantemente il rendimento economico**
- 3. Analizzando l'andamento degli accessi al sito**
- 4. Investendo in funzione dei propri obiettivi**

# Composizione e rilevazione dei costi di un sito web



Il nostro Trentino: sempre sopra ogni aspettativa .. Grazie anche a noi !

## Setup

Consulenza / progettazione/realizzazione ed avviamento del sito

## Tecnici

Manutenzione / hosting / licenze / canoni)

## Promozione (on line)

indicizzazioni, banner e pubblicità on line, adesione a portali e circuiti

## Gestione

ore dedicate da personale proprio ad attività di aggiornamento

# Composizione e rilevazione dei costi di un sito web

*Alcune semplici formule....*



Il nostro Trentino: sempre sopra ogni aspettativa .. Grazie anche a noi !

$$\begin{aligned} & \text{[COSTI DI IMPIANTO]} / \text{[ANNI DI ESERCIZIO PREVISTO]} \\ & \quad + \\ & \quad \text{[COSTI TECNICI DI MANUTENZIONE]} \\ & \quad + \\ & \quad \text{[COSTI PROMOZIONALI]} \\ & \quad + \\ & \text{[ORE DI AGGIORNAMENTO]} * \text{[COSTO ORARIO DEL PERSONALE]} \\ & \quad = \\ & \text{COSTO TOTALE DI ESERCIZIO ANNUO} \end{aligned}$$

“Come si presentano gli alberghi trentini sul web: punti di forza e di debolezza, come migliorare la propria performance”

# Composizione e rilevazione dei costi di un sito web

*Un esempio....*



**€2.200 / 4 anni = €550 / anno**

**+**

**€400 / anno**

**+**

**€500 / anno**

**+**

**25 ore \* 20 € = €500 / anno**

**=**

**€1.850 / anno**

“Come si presentano gli alberghi trentini sul web: punti di forza e di debolezza, come migliorare la propria performance”

# Statistiche di accesso

*Pochi fondamentali indicatori....*



Il nostro Trentino: sempre sopra ogni aspettativa .. Grazie anche a noi !

- 1) Numero di utenti serviti**
- 2) Durata media della visita**
- 3) Richieste informazioni/prenotazioni**  
(pervenute via email o tramite il sito)

- 
- *Numero medio di pagine visitate*
  - *Incidenza visitatori stranieri*

“Come si presentano gli alberghi trentini sul web: punti di forza e di debolezza, come migliorare la propria performance”

# Statistiche di accesso

*Il caso analizzato....*



Il nostro Trentino: sempre sopra ogni aspettativa .. Grazie anche a noi !

<b>1) Numero di utenti serviti</b>	<b>13.692</b>
<b>2) Durata media della visita</b>	<b>3' 09''</b>
<b>3) Richieste informazioni/prenotazioni (pervenute via email o tramite il sito)</b>	<b>387</b>

---

<i>• Numero medio di pagine visitate</i>	<i>4,1</i>
<i>• Incidenza visitatori stranieri</i>	<i>39%</i>

# Calcolo delle performance economiche

## Indicatori, formule di calcolo e realtà....

### Costo contatto:

*[costo annuo]/[numero utenti]*

$$€ 1.850 / 13.692 = \mathbf{€0,14}$$

### Costo orario di apertura:

*[costo annuo]/[ore di esercizio]*

$$€ 1.850 / 8.672 \text{ ore} = \mathbf{€0,21}$$

### Costo orario di erogazione:

*[costo annuo]/[ore di erog. servizio]*

$$€ 1.850 / 719 \text{ ore} = \mathbf{€2,57}$$

### Indice qualificazione contatti:

*[numero contatti / numero utenti]*

$$387 / 13.692 = \mathbf{2,8\%}$$

### Indice conversione:

*[numero clienti acquisiti]/[contatti ricevuti]*

$$42 / 387 = \mathbf{10,8\%}$$



Il nostro Trentino: sempre sopra ogni aspettativa .. Grazie anche a noi !

# Investire in funzione dei propri obiettivi

*Obiettivi primari...*



Il nostro Trentino: sempre sopra ogni  
aspettativa .. Grazie anche a noi !

1. Promuovere
2. Identificare (qualificare)
3. Convertire (vendere)

# Investire in funzione dei propri obiettivi

*Promuovere significa...*



- a) **Offrire un'esperienza di navigazione appagante**
- b) **Aumentare la durata della visita**

*Investire per...*

1. **Ampliare e migliorare i contenuti pubblicati**
2. **Inglobare parzialmente contenuti e fonti "esterne"**
3. **Aggiornare frequentemente il sito**

# Investire in funzione dei propri obiettivi

*Qualificare significa...*



Il nostro Trentino: sempre sopra ogni aspettativa .. Grazie anche a noi !

- a) **Spingere l'utente ad agire**
- b) **Ottenere informazioni utili al contatto**

*Investire per...*

1. **Offrire molteplici opportunità di azione**
2. **Offrire servizi informativi via email**

# Investire in funzione dei propri obiettivi

*Convertire significa...*



Il nostro Trentino: sempre sopra ogni aspettativa .. Grazie anche a noi !

- a) **Ottenere una prenotazione**
- b) **Concludere una transazione on line**

*Investire per...*

1. **Informare sul prodotto (trattamenti e disponibilità) e sulle modalità di acquisto**
2. **Semplificare e velocizzare il processo di transazione**
3. **“Power” to the user**

“Come si presentano gli alberghi trentini sul web: punti di forza e di debolezza, come migliorare la propria performance”

*Grazie per l'attenzione*



Il nostro Trentino: sempre sopra ogni aspettativa .. Grazie anche a noi !

Maurizio Passamani

[maurizio.passamani@invisiblesite.it](mailto:maurizio.passamani@invisiblesite.it)

Invisible Site srl

[www.invisiblesite.it](http://www.invisiblesite.it)

“Come si presentano gli alberghi trentini sul web: punti di forza e di debolezza, come migliorare la propria performance”