Si conclude a Milano il corso sull'incoming per le agenzie di viaggio. Ecco cosa hanno imparato

Si è concluso il 3 maggio scorso a Milano il percorso di formazione di 28 ore sull'incoming, organizzato da Ebrl e Fiavet Lombardia alle agenzie associate. Venti i partecipanti per quattro incontri con altrettanti docenti che hanno spiegato come essere profittevoli nell'inbound.
Tra questi **Michele Mondolfo**, presidente di Incoming Partners da cui è stata svolta la parte tecnica, e **Marco Cocciarini**, fondatore di Globeinside.com che ha incentrato il suo interventosulla
realizzazione di un prodotto "esperienziale" come chiave d'innovazione e profittevole.
Giovanni Arata, social media manager di Turismo Emilia Romagna, ha spiegato come comunicare attraverso i social media e network, portando le migliori "practice" di digital marketing attuate con successo dall'ente pubblico emiliano-romagnolo..
La lezione di chiusura è stata affidata a **Silvio Rebula**, travel specialist e consultant di Evolution Tourist
Marketing, sulla domanda incoming, dunque quali mercati esteri prospettare e a quali workshop promuoversi.
L'idea del corso è nata dalla prospettiva di una stagione di forti richieste per le vacanze in Italia, che richiede una preparazione specifica anche per i più esperti che devono conoscere i numeri di questo mercato per approcciarlo al meglio.
Se gli arrivi in Italia sono infatti 53 milioni negli ultimi anni si è ridotta la permanenza media da 4,1 a 3,6 giorni tra il 2001 e il 2015 così come la spesa pro capite reale: da 1.035 a 670 euro. Oltre il 60% degli arrivi internazionali in Italia si indirizza verso quattro regioni: Veneto, Lombardia, Toscana e Lazio. Per il 70% i flussi sono di origine europea, con tedeschi in testa che si confermano il primo mercato in molte regioni. Le previsioni per il triennio 2016-18 vedono in crescita mediamente del 3,6% gli arrivi da tutti i Paesi, soprattutto dalla Cina, che rappresenta il 5° mercato, e dagli Stati Uniti.