



# Evento animazione R.E.V.TEC.h 4.0

*foRmazione imprenditoriale  
riVolta alle TECNologie 4.0*



Con il sostegno di:



PISA - LUCCA - LIVORNO  
MASSA CARRARA

Con i professionisti di:





# LA STRATEGIA DIGITALE OGGI



**de** *Digital 4.0*

**La società delle immagini**  
**La comunicazione non verbale**

**Gianluca Savi**

# Gianluca Savi

---

## Fotografia

**Fondatore Galleria Studio Savi**  
Produzione fotografica e docenze di fotografia

**Coofondatore Fototec.it**  
Fotografia tecnica  
Produzione fotografica interni e architettura



**FOTOTEC**



# La comunicazione non verbale

Si dice normalmente che un'immagine vale 1.000 parole ma non sempre si dà la giusta importanza alla comunicazione visiva.

Ad esempio, lo sapete che:

- Il nostro cervello capisce le immagini mediamente 60.000 volte più rapidamente che un testo;
- 90% delle informazioni trasmesse al nostro cervello sono di tipo visual;
- Le fotografie sono condivise per il 40% in più dei testi (in particolare su Facebook)
- Le persone ricordano 80% di ciò che vedono, 20% di ciò che leggono, e 10% di ciò che sentono!





- **i contenuti visuali portano engagement.** L'introduzione di contenuti visual (foto e video) nella narrazione sui social media dei brand porta a una crescita costante dell'engagement
- uno studio realizzato da TripAdvisor ha evidenziato come **Hotel e pagine dei B&B con almeno una foto sul proprio sito aumentano l'engagement dei clienti del 138%**: una bella foto può aumentare le possibilità di prenotazione anche del 225%!

Percentuali di incremento così alte sono giustificate dal fatto che per **il settore turistico-ricettivo è impensabile non avere foto della struttura sul proprio sito, social o sui portali.**





A questo punto sono certo starai già pensando:

*"ma non è solo una questione di fotografie, c'è anche il prezzo, la posizione della struttura all'interno della città, il comfort e magari una scelta basata sulla presenza di qualche optional di rilievo, come il Wi-Fi".*

Hai ragione nel pensare che non è sempre e solo una questione di immagini. Ma concorderai con me se affermo che **le immagini sono l'elemento che più di ogni altra cosa contribuiscono a far scattare nel cliente l'emozione che lo porterà per un solo momento a mettere da parte il prezzo**, e pensare solo alla deliziosa atmosfera che avete saputo trasmettere con le fotografie. **L'ospite infatti valuta l'esperienza turistica d'acquisto in modo del tutto irrazionale**, ed è proprio questo su cui dovete cercare di lavorare.

*"L'ospite valuta l'esperienza turistica d'acquisto in modo del tutto irrazionale"*



## La struttura deve essere fotografata nel suo **massimo splendore mantenendo sempre una determinata veridicità**

🔖 | Sconsiglio di nascondere brutture, poi evidenti al cliente in visita presso la struttura. Rimarrebbe deluso e potrebbe giudicare negativamente la scelta della proprietà di omettere qualcosa dalle fotografie. Un conto è rimuovere un cavo di una lampada con Photoshop, per ottenere una fotografia più pulita, un altro è nascondere la terrazza di cui avete scritto, salvo far scoprire al cliente che è interna al palazzo e con muffe di ogni tipo.

⚠ | **Mai illuminare a giorno una camera perennemente in ombra**, magari perché posta internamente nel condominio. Fotografare la realtà farà sì che i clienti, prenotando, saranno già mentalmente predisposti a quel tipo di esperienza. Così facendo si evita di correre il rischio di farli sentire a disagio, magari perché si è cercato di vendere qualcosa che non esiste. Finendo inevitabilmente per aumentare la probabilità di essere puniti con una recensione negativa.



## Caratteristiche principali delle immagini:

### -luminose

immagini più luminose invogliano alla prenotazione

### -orizzontali

tutti i portali sono ottimizzati oper immagini con orientamento orizzontale

### -vere

non nascondere brutture o difetti che non potranno essere nascosti ai clienti e far vedere solo ciò che troveranno

### -senza distorsioni e con il giusto colore

chi scatta le immagini dovrà tener conto di aspetti tecnici per cui le strutture non sembreranno "cadenti" o con colori non reali





## I portali richiedono immagini professionali

lo fanno perchè è dimostrato che immagini ben fatte portano più interesse che si trasforma in più prenotazioni



**Airbnb** offre un servizio fotografico **gratuito** in modo da poter invogliare alla prenotazione

**NB: le immagini che airbnb offre come servizio gratuito sono di proprietà di Airbnb che si riserva l'uso esclusivo per il proprio portale.**



## Immagini corporate e immagini social

Le immagini corporate saranno quelle immagini che comporranno il sito internet oppure presenti sui portali

Le immagini social non avranno bisogno di essere "professionali" ma potranno essere più spontanee mostrando la diretta della vostra struttura

*Importante: le immagini che i vostri clienti postano sui canali social saranno delle recensioni non ufficiali ma che avranno molto impatto*

