

Email Marketing: come scrivere un piano editoriale per Family Hotel



Che tu sia un Hotel stagionale o aperto tutto l'anno poco importa, mantenere una relazione continuativa con i tuoi "clienti" o potenziali tali è importante. Perché?

Perché i tuoi contatti hanno un valore, e più ti prenderai cura di loro più potrai ottenere risultati importanti anche in termini di fatturato.

Per farlo, il primo passo è costruire un **piano editoriale strategico**. Impostiamolo insieme rispondendo ad alcune semplici domande.

1. Cosa comunicare?

È importante avere chiaro l'**obiettivo** che si vuole raggiungere quando si scrive al proprio database di contatti.

Se l'obiettivo è:

- **creare o consolidare il rapporto** con il cliente: invierai newsletter **ISPIRAZIONALI**
- **vendere le camere**: invierai newsletter **COMMERCIALI**.

Newsletter ispirazionali

Queste newsletter vogliono **ispirare l'ospite**, invogliarlo a venire in vacanza da te. Per farlo puoi raccontare il territorio in cui ti trovi, oppure tutte le attività che può svolgere in Hotel. Puoi essere tu in prima persona a scrivere oppure la tua mascotte. Quando scrivi cerca di utilizzare un tono caldo e

familiare, ricordandoti che vuoi **stimolare e incuriosire** il tuo ospite o potenziale tale.

Ecco un esempio di newsletter ispirazionale.



Giovedì: piccoli casari

Con latte fresco di malga, caglio e un pizzico di polvere magica, i bambini preparano il formaggio tutti insieme!

Venerdì: baby esploratori

Che bello passeggiare nelle foreste del Trentino in autunno! Con una guida naturalistica che racconta segreti e curiosità sugli animali, ancora di più.

Sabato: tutti in fattoria

Subito dopo colazione si va in fattoria per scoprire come si allevano le mucche e perché il latte di montagna è così buono.

Domenica: Bruno... arriviamo!

L'appuntamento è al Parco Faunistico, per incontrare orsi (c'è anche Bruno, l'amico della mascotte Pizzi) lupi, linci, caprioli e gli animali della fattoria.

Ogni giorno: felicità formato famiglia

Al rientro dalle escursioni è il momento della super merenda, poi dei giochi e dei laboratori al **Pizziland**, mentre mamma e papà si rilassano nella romantica **Sky Spa** panoramica.

In questa newsletter è stato dato risalto al calendario settimanale delle attività che le famiglie possono svolgere in hotel e sul territorio.

Newsletter commerciali

Queste newsletter hanno invece l'obiettivo di vendere. In questo caso la newsletter avrà un taglio promozionale, **scrivi in modo chiaro e diretto**. Metti in evidenza il periodo che vuoi vendere e se è possibile anche un prezzo a partire da €.

Un esempio di newsletter commerciale.

Settembre al mare? Da noi è più bello che mai 😊

Non perdere l'occasione di prenotare le tue vacanze family di settembre ad un prezzo speciale, restano solo pochissime camere!

Affrettati, ti aspettiamo al Meridiana dal 4 all'11 settembre, per trascorrere insieme gli ultimi giorni d'estate tra divertimento, ottima cucina e relax in spiaggia.



ALL INCLUSIVE DI FINE ESTATE

Dal 4 all'11 settembre la vacanza conviene di più
7 notti a partire da € 59,00

SCOPRI DI PIÙ

Prima dell'inizio della scuola, vogliamo fare un regalo 🎁 a tutti i piccoli ospiti: **2 bimbi** in camera con mamma e papà soggiornano **gratis!**

SCRIVICI SUBITO

L'introduzione di questa newsletter è breve e chiara. Sono subito stati messi in evidenza il periodo che si vuole vendere e il

prezzo a partire da.

2. Quante newsletter devi inviare?

Il numero di newsletter è flessibile. Non esiste un numero perfetto, questo varierà in base alle tue esigenze e a quante “storie” hai da raccontare. Attraverso la mia esperienza posso consigliare di inviare con una **frequenza mensile**, alternando invii ispirazionali e invii puramente commerciali.

La frequenza può aumentare arrivando anche a due volte al mese nei periodi di alta stagione.

Ecco come potrebbe essere una timeline: a gennaio ispira e invoglia i tuoi contatti raccontando le novità dell'estate, a febbraio invia una proposta commerciale. A marzo invita gli ospiti per la Pasqua (se non sei aperto puoi trasformala in una mail ispirazionale). Con l'avvicinarsi dell'apertura puoi aumentare gli invii.



3. A chi devi inviare la newsletter?

La cosa più facile ovviamente è scrivere e inviare la stessa identica newsletter a tutto il database, ma questa scelta non è quasi mai quella vincente.

Comunicazioni mirate e in target portano a migliori risultati in termini di aperture, di click e soprattutto di conversioni. Per questo dovresti **profilare** il tuo database. I modi in cui puoi farlo sono molteplici, ad esempio potresti dividere i contatti in base agli interessi che hanno “amanti della bicicletta, amanti della SPA”, oppure una macro divisione fra coppie e famiglie. Ancora, se i tuoi clienti per la maggior parte sono famiglie potresti pensare a comunicazioni differenti in base all’età dei bambini e alle attività che potrebbero fare nel tuo Hotel. Altra distinzione può essere fatta fra coloro che sono stati effettivamente nel tuo Hotel e potenziali clienti.

Ora costruiamo il piano editoriale!

Dopo aver risposto a queste domande e aver messo nero su bianco tutti i dati raccolti possiamo **costruire il piano editoriale**. Questo vuole essere una linea guida da tener presente ricordando però che: la **parola d'ordine è flessibilità**. Il piano editoriale può subire modifiche in corso di stagione in base alle esigenze reali che si presentano.

Ecco qui un esempio di un piano editoriale: nella prima colonna inseriamo il periodo in cui inviare, nella seconda quale tipo di newsletter, nella terza l'argomento che vuoi trattare, ed infine a chi inviare.

Quando	Tipo di invio	Argomento	A chi
novembre	COMMERCIALE	Spingere il Natale e Capodanno	A tutti
dicembre	COMMERCIALE	Last Minute Natale e Capodanno	A tutti
gennaio	ISPIRAZIONALE	Un mare di Baby ☺ novità	Famiglie con bimbi da 0 a 4 anni
gennaio	ISPIRAZIONALE	Novità a tutto divertimento!	Famiglie con bimbi dai 5 anni in su
febbraio	COMMERCIALE	Guarda che sconto!	Clienti fidelizzati
febbraio	COMMERCIALE	Prima vacanza con noi? Bimbi gratis!	Potenziali clienti
marzo	ISPIRAZIONALE	Mamma, papà guarda come mi diverto!	Famiglie con bimbi dai 5 anni in su
marzo	ISPIRAZIONALE	Relax in vacanza con un Bebè	Famiglie con bimbi da 0 a 4 anni
aprile	COMMERCIALE	Sogni l'estate?	A tutti
maggio	COMMERCIALE	Evviva la scuola sta per finire, è ora di vacanza!	A tutti

Breve riepilogo

Non farti sentire solo quando hai bisogno di vendere», cerca di dare **CONTINUITÀ** alla tua comunicazione, solo così potrai costruire e consolidare una relazione. L'email marketing è uno strumento, che a differenza di altri, ti permette di personalizzare la comunicazione, è un **connettore tra l'hotel e il tuo cliente**. Quindi cerca di inviare newsletter sia ispirazionali che commerciali, targhettizza il tuo database per comunicazioni mirate ed invia newsletter con una certa continuità.

Chi scrive



SARA MONTACUTI