

# 6 consigli per scrivere offerte family efficaci per il tuo hotel

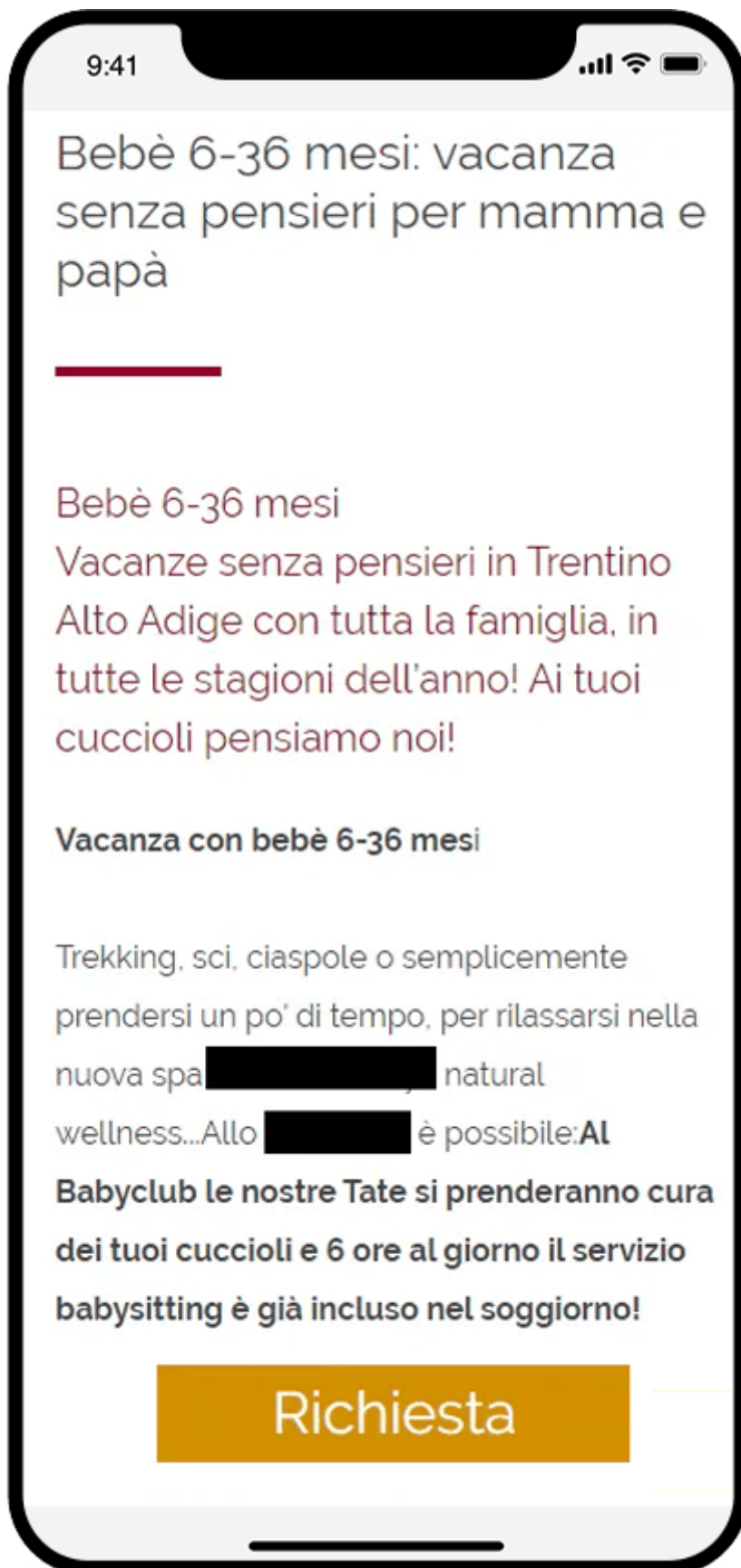
**Offerte vacanza per family hotel...** Nel web – siti, portali, social – sono disponibili sempre più proposte. Ecco perché emergere rispetto ai tuoi competitor, per attirare l'attenzione dei genitori in cerca di una vacanza con i loro bambini, è un'impresa difficile. Eppure esistono delle "regole" o, meglio, delle linee guida, che puoi seguire per **scrivere offerte family che siano veramente efficaci** in un contesto così variegato e competitivo.

Te ne parlo in questo articolo, dove ho raccolto **6 consigli pratici ed esempi reali** da utilizzare per **pubblicare offerte vacanza che convertono**:

1. [inserisci sempre il prezzo e il trattamento](#);
2. [scrivi un testo breve, ben formattato e usa gli elenchi puntati](#);
3. [assicurati che periodo e scadenza siano chiari](#);
4. [evita gli inglesismi e utilizza parole semplici](#);
5. [affidati ad una comunicazione positiva](#);
6. [utilizza le giuste leve di marketing](#).

## 1. Inserisci sempre il prezzo e il trattamento

Voglio farti una domanda alla quale mi piacerebbe che rispondessi onestamente: quando cerchi un'offerta per le tue vacanze, **qual è una delle informazioni più importanti che determina la scelta?** Mentre ci pensi, ti lascio un esempio che commenterò in seguito:



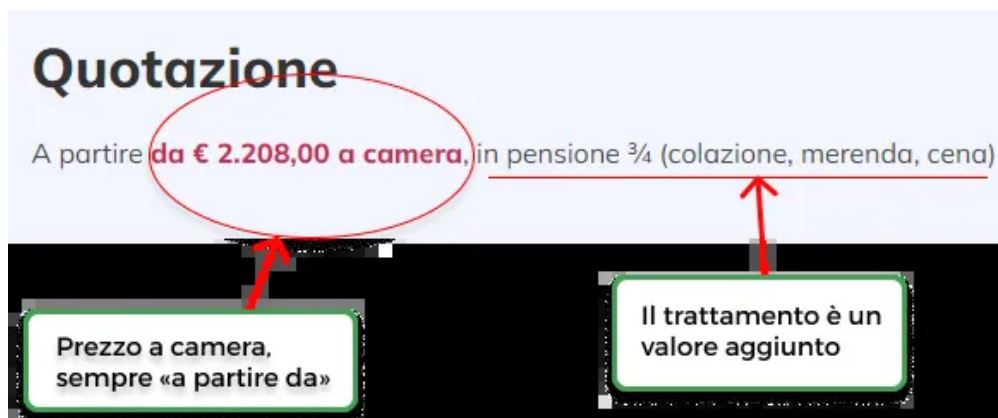
### Cosa manca? Il prezzo!

Sono certa che anche tu, come le mamme e i papà che leggono le offerte sul tuo sito, **quando cerchi una vacanza vuoi avere un'idea del costo**. Ecco perché è importante dare sempre un'indicazione del **prezzo di partenza**, specificando anche il trattamento a cui si riferisce la tariffa.



The image shows a website offer for a holiday package. At the top, there are two callout boxes: 'Prezzo minimo a persona' (Minimum price per person) and 'Specifica sempre il trattamento a cui si riferisce il prezzo' (Always specify the treatment to which the price refers). Below these, the offer is displayed as 'da €65,00 a persona, al giorno, in Pensione Completa'. A large orange button at the bottom says 'RICHIEDI QUESTA OFFERTA' (Request this offer). Red arrows point from the callout boxes to the price and the treatment details.

Per una maggiore chiarezza, puoi anche esplicitare il **costo del prezzo a pacchetto**, inserendo questo dettaglio all'interno della tua offerta. Ecco un esempio:



The image shows a 'Quotazione' (Quote) section. The text reads 'A partire da € 2.208,00 a camera, in pensione 3/4 (colazione, merenda, cena)'. A red circle highlights the price 'da € 2.208,00 a camera'. Below the quote, there are two callout boxes: 'Prezzo a camera, sempre «a partire da»' (Price per room, always «starting from») and 'Il trattamento è un valore aggiunto' (The treatment is an added value). Red arrows point from the callout boxes to the price and the treatment details.

Ma quale prezzo inserire? Se utilizzi un **prezzo molto basso**, sicuramente **aumenteranno le richieste** e i contatti, ma gli utenti che finalizzeranno la **prenotazione saranno meno**. Infatti, i genitori attratti dalla tariffa estremamente competitiva, difficilmente prenderanno in considerazione un preventivo molto più alto di quanto si sarebbero aspettati. Se utilizzi un **prezzo veritiero**, il più possibile vicino alla realtà, potresti ottenere **meno contatti**, ma sicuramente **finalizzerai più prenotazioni** in quanto gli utenti saranno ben predisposti a prenotare una camera, trovandosi davanti ad un **preventivo che soddisfa le loro aspettative**.

## 2. Scrivi un testo breve, ben formattato e usa gli elenchi

## puntati

Decidere **quali informazioni inserire nel testo di un'offerta**, e come inserirle, non è facile, perché il confine tra il dire troppe cose e non dare le indicazioni più importanti, è molto sottile. Ho quindi deciso di riportare un esempio di offerta family trovata online e mostrarti il modo in cui ottimizzerei la stessa, per renderla più efficace.

Le parole d'ordine sono: **divertirsi, giocare, rilassarsi e godersi il tempo della vacanza!** Quest'anno vi aspettiamo con **tante nuove avventure** da vivere e soprattutto tanto divertimento! **Soggiorna un minimo di 7 notti e una te la regaleremo noi**, così avrai il tempo necessario per vivere a pieno la vacanza MTH, fatta di **tante attività per bambini, adulti e ragazzi**, dalla natura che ci circonda, che è un bene prezioso, fragile e stupendo, ma soprattutto da noi, la BigFamily MTH, che ci metteremo tutto il nostro cuore in ogni singola cosa che facciamo **per rendere la vostra vacanza STRABELLA!**

### **Tante attività, tutte da scoprire!**

Tutti i giorni escluso il sabato troverai tante attività per i bimbi dai 3 anni in su, per gli adulti e per i ragazzi. I bimbi potranno esplorare la Montagna alla ricerca dei minerali assieme a Thomas, fare la super "caccia al tesoro della natura" con le nostre animatrici, oppure potranno fare i primi passi sulle balance bike con Alberto per avvicinarsi alla mountain-bike!

Nel frattempo voi mamme e papà potrete scegliere tutti i giorni se partecipare a un'attività "soft" o una più avventurosa. Nelle prime potrete fare delle escursioni semplici con Carlotta e il nonno Sandro, oppure potrete andare con Alessandro, il nostro naturalista, a scoprire le erbe medicinali e commestibili e, alla fine, crearvi la vostra tisana personalizzata! Nelle seconde sarete a fare un giro con le e-bike con Alberto, una discesa di rafting con Lorenzo, oppure potrete mangiare dello speck e formaggio sulla cima di una montagna con una vista mozzafiato!

### **Le sorprese non finiscono qui!**

Tornati dalle escursioni, dopo aver fatto una strepitosa merenda da Pasha, i bimbi potranno tornare a giocare nell'enorme prato o, in caso di maltempo e dopo cena, nella nostra super sala giochi. Voi genitori invece potrete rilassarvi nel centro benessere, farvi una passeggiata oppure bervi un bell'aperitivo nel prato!

Sono certa che, già visivamente, appaia chiaro il motivo per cui l'esempio di partenza non sia efficace. Chi cerca un'offerta vacanza, lo fa perlopiù da smartphone: in pochi secondi, **chi ha voglia di leggere un muro di testo?**

Quest'anno ti aspettiamo con tante **nuove attività nella natura per tutta la famiglia!**

#### Cosa comprende l'offerta

##### In hotel

- **7 pernottamenti al prezzo di 6**
- **Mezza pensione**
- **Strepitosa merenda** pomeridiana, per tutta la famiglia
- Accesso al **centro benessere**

##### Attività per bambini e ragazzi

- **Escursione** alla ricerca dei minerali con Thomas
- **Caccia al tesoro** nella natura con le animatrici
- **Balance bike** con Alberto
- **Super sala giochi** interna
- **Aree gioco** nell'enorme prato del giardino

##### Attività per mamma e papà

- **Escursioni soft** con Carlotta o con Nonno Sandro
- **Passeggiata naturalistica** con Alessandro e creazione di una **tisana personalizzata**
- **Uscita in e-bike** con Alberto
- **Rafting** con Lorenzo
- **Degustazione** di speck e formaggio in baita
- Possibilità di **aperitivi** in hotel

Ecco cosa è importante ricordare:

- **taglia sulle informazioni superflue** e proponi un testo essenziale;
- **poni l'attenzione sui dettagli importanti**, affidandoti ad una corretta formattazione;
- **utilizza elenchi puntati leggibili e ben raggruppati**, per non far perdere l'utente in un mare di parole.

### 3. Assicurati che periodo e scadenza siano chiari

Oltre ad avere un'idea del prezzo, chi vuole prenotare una vacanza e **cerca offerte family online**, ha bisogno di **informazioni immediate e subito chiare** per avere la certezza di trovarsi davanti ad una proposta potenzialmente adatta alle proprie esigenze. Ti sto per mostrare un'offerta nella quale mancano completamente:

1. **il periodo** in cui è possibile usufruire delle scontistiche, c'è solo un'esclusione sul 2° letto... se gli sconti per i bambini valgono tutto l'anno, mettilo in evidenza nel copy!
2. **la data entro cui prenotare**, utile all'utente per avere un'idea precisa delle tempistiche valide per ottenere lo sconto bimbi.



SPECIALE SCONTO  
BIMBI IN LIGURIA  
70% - 50% - 30%

- 2° letto bimbi dai 01 a 10 anni - 30%  
(escluso dal 09/08 al 22/08)
- 3°/4° letto bimbi da 06 mesi a 03 anni (non  
compiuti) - 70%
- 3°/4° letto bimbi da 03 a 10 anni - 50%
- 3°/4° letto bimbi da 11 a 18 anni - 30%

Baby comfort + Baby Corner fino a 5  
mesi € 15,00 al giorno

Nei testi dai sempre **indicazioni precise**, che aiutino gli utenti a **reperire con facilità le informazioni importanti!**

#### 4. Evita gli inglesismi e utilizza parole semplici

Gli inglesismi fanno ormai parte della nostra lingua, li utilizziamo quotidianamente, soprattutto in ambito turistico. Tra le terminologie più radicate ci sono i classici “last minute”, “weekend”, “all inclusive”, di cui tutti facciamo largo uso, anche la sottoscritta! Eppure, quando si scrive un’offerta per il pubblico italiano, sarebbe bene limitare al minimo questa abitudine. **Evita il più possibile l’utilizzo di termini inglesi** che, per quanto appaiano d’effetto, a volte rendono poco chiaro (e forse un po’ fastidioso) il messaggio.

E che dire dei “calcoli matematici” in cui troppo spesso ci si imbatte come, ad esempio, i “7=6” o i “4x3”? Se **cerco un’offerta vacanza, voglio subito capire cosa mi si sta proponendo**. Non ho tempo (e nemmeno voglia) di interpretare il testo davanti a cui mi trovo.

Nella tabella che segue, ho riportato alcuni degli inglesismi e delle **terminologie poco chiare** che mi capita di trovare nei testi delle offerte. E, per ognuno, ho inserito delle **alternative che puoi utilizzare** nelle tue comunicazioni.

Inglesismi e termini poco chiari	Alternative
Early Booking/ Early Bird	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prenota subito!</li> <li>• Speciale prenota prima</li> </ul>
7=6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 notte gratis</li> <li>• 7 notti al prezzo di 6</li> </ul>
3x2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 bambino GRATIS in camera con 2 adulti</li> </ul>
Book now	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prenota ora</li> </ul>
FB HB Pax	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensione completa</li> <li>• Mezza pensione</li> <li>• A persona</li> </ul>
Autumn break	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soggiorno breve d'autunno</li> <li>• Pausa d'autunno</li> </ul>

## 5. Affidati ad una comunicazione positiva

La ricerca di una vacanza è un momento di per sé bello, felice e quando ci si imbatte in un'offerta è **importante che il messaggio sia totalmente positivo**. Anzi, trattandosi di offerte family, la comunicazione deve essere anche **tranquillizzante** perché ti rivolgi a genitori che viaggiano con i bambini! Non appesantire il testo con un approccio negativo, soffermandoti su concetti come **sanificazione, assicurazione, ingressi contingentati, restituzione caparra e voucher**, riferimenti alla **stagionalità**.

Il testo di un'offerta non è il "posto" giusto nel quale dare queste informazioni, in quanto stai attirando l'attenzione su eventuali problemi che potrebbero subentrare prima del soggiorno e, addirittura, riportando l'attenzione su limitazioni di pandemica memoria. Perché instillare nell'utente l'idea che potrebbe succedere qualcosa, quando ancora la vacanza è un progetto? Queste sono **informazioni** che puoi **dare correttamente tramite CRM**, come risposta alla richiesta di preventivo!

Guarda i prossimi esempi:

**In caso di impossibilità a partire** per un evento imprevedibile, per esempio una malattia, potrai **cancellare la tua prenotazione fino al giorno dell'arrivo**, contattando Europ Assistance che gestirà la richiesta di rimborso della penale addebitata.

Inoltre, se sarai costretto ad **anticipare o posticipare la partenza** per malattia, infortunio, potrai richiedere il **rimborso della quota** di soggiorno non goduta o del suo prolungamento, secondo quanto previsto dalle condizioni di polizza.

**Quotazione**  
Prezzi a partire da 105 Euro a persona al giorno (bassa stagione)

- Ingresso giornaliero al centro benessere con accappatoio e telo mare a disposizione

(secondo le attuali disposizioni d'utilizzo)

Queste informazioni inducono pensieri negativi e diminuiscono il numero di contatti!

Dire all'utente che sta prenotando in "bassa stagione", sminuisce il valore della vacanza che sta per acquistare. Un prezzo "a partire da", indica comunque la tariffa più bassa disponibile

Evita i riferimenti che ricordano la pandemia e le limitazioni!

## 6. Utilizza le giuste leve di marketing

L'offerta è a tutti gli effetti una **proposta commerciale**, quindi non aver timore di utilizzare le **leve di marketing** idonee a catalizzare l'attenzione dei genitori che stanno cercando una vacanza. Ho preparato per te un semplice schema, nel quale ho riportato le 5 principali leve di marketing, con un esempio su **come utilizzarle nei testi e nei titoli delle offerte**:



LEVE DI MARKETING	COME USARLE
URGENZA	<ul style="list-style-type: none"><li>• 10% di sconto se prenoti entro oggi</li></ul>
SCARSITÀ	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ultima camera disponibile</li></ul>
ESCLUSIVITÀ	<ul style="list-style-type: none"><li>• Offerta valida solo per prenotazioni da questo sito</li></ul>
PENALITÀ	<ul style="list-style-type: none"><li>• Più aspetti, maggiore sarà il prezzo della camera</li></ul>
RIPROVA SOCIALE	<ul style="list-style-type: none"><li>• Premiati dalle famiglie su TripAdvisor</li></ul>

## Conclusione

In questo articolo abbiamo visto quali sono gli **errori più comuni** che si fanno scrivendo offerte vacanza, seguiti da **esempi pratici su come correggerli**. Ora, invece, ti mostro un'offerta pubblicata per l'**Hotel Ambiez Family & Wellness di Andalo**, che **in due soli mesi** ha generato **più di 100 richieste**:

# Benessere d'Avvento

## 4 notti al prezzo di 3!

L'attesa del Natale in Trentino è pura magia per grandi e piccini. Ti aspettiamo all'Ambiez per vivere con i tuoi bambini una **mini vacanza d'Avvento dalla domenica al giovedì!**

### Cosa è compreso

#### In hotel

- \* 4 notti in Camera Comfort
- \* Mezza pensione (bevande escluse)
- \* Ricca merenda pomeridiana
- \* Parcheggio esterno gratuito

#### Per i bambini

- \* Pape sempre a disposizione per i più piccoli
- \* 14 ore al giorno di animazione al Mini Club il Mondo di Biz
- \* Programma invernale per famiglie
- \* Servizio di accompagnamento bambini sulle piste

#### Piscine e benessere

- \* Piscina e idromassaggio riscaldati per tutta la famiglia
- \* Area wellness per adulti, con sauna finlandese, doccia tropicale, cascata di ghiaccio, cabina a infrarossi, area relax
- \* 1 "Massaggio alla Candela" ad adulto di 50 minuti da effettuarsi al mattino
- \* Teli e accappatoi

Da: **€ 360** a persona in mezza pensione, 4 notti al prezzo di 3 dal 10 al 21 dicembre  
Solo se prenoti entro il 1° dicembre

**Richiedi questa offerta >**

Affidati ad una comunicazione chiara e usa parole semplici

Puoi usare un copy ispirazionale, ma lascia spazio alle informazioni davvero importanti

Ricorda di affidarti ad una corretta formattazione, per facilitare la lettura ed evidenziare le informazioni

Utilizza elenchi di servizi ben suddivisi e formattati

Il prezzo deve essere sempre chiaro e non dimenticare di mettere in evidenza il trattamento e la validità

Usa le leve di marketing

Chi scrive

**CLAUDIA BARBIERI***Copywriter*

Scrivo per il web dal 2015, prima come blogger professionista, poi come copywriter specializzata in ambito family. In questi anni ho collaborato anche con riviste e blog come travel writer, ad esempio "Marco Polo - Lonely Planet", "Avis Autonoleggio" o "Cook Magazine", partecipato a press tour ed educational tour, proposto progetti virtuosi di promozione del territorio. Dal 2020 sono copywriter per Area38 dove, oltre a scrivere i contenuti per clienti individuali e consorzi, mi occupo di ottimizzare la presenza dei clienti sui portali su cui si promuovono e dello studio delle Buyer Families.