

smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE

SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

Corsi in modalità online

- PRIMAVERA 2021 -



EBT

Ente Bilaterale Turismo
della provincia di Venezia

ebt.ve.it

smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE

SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

Corsi in modalità online

- PRIMAVERA 2021 -



ebt.ve.it

Indice generale

1. SAPER FARE PAG. 8

1.1	SOCIAL MEDIA MARKETING PER LA PROMOZIONE DEL SETTORE TURISTICO: FACEBOOK E INSTAGRAM	PAG. 10
1.2	FARE MARKETING CON GOOGLE	PAG. 11
1.3	WEB AND SOCIAL ADVERTISING	PAG. 12
1.4	WHATSAPP FOR BUSINESS: LA CHAT PER LA GESTIONE DEL CLIENTE	PAG. 13
1.5	DIGITAL FOOD MARKETING: ECCO PERCHÉ LA DIGITAL TRANSFORMATION NON PUÒ PIÙ ATTENDERE!	PAG. 13
1.6	FUNNEL MARKETING: COME CREARE UNA STRATEGIA DI CONVERGENZA DEI CANALI DI COMUNICAZIONE PER AUMENTARE IL FATTURATO	PAG. 14
1.7	DIGITAL MENU E VISUAL MERCHANDISING INNOVATIVO PER IL RISTORANTE	PAG. 14
1.8	LE 10 APP PIÙ IMPORTANTI PER MIGLIORARE LA PRODUTTIVITÀ DELL'ALBERGO IN MODO GRATUITO	PAG. 15
1.9	LA GESTIONE MANAGERIALE DEGLI STABILIMENTI BALNEARI	PAG. 16
1.10	OLTRE LA PANDEMIA: 120 ALBERGHI DI SUCCESSO NEL MONDO PER IMPARARE DAI MIGLIORI	PAG. 16
1.10	LA RECEPTION CENTRO NEVRALGICO DELL'HOTEL: ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CRM	PAG. 17
1.11	REPARTO HOUSEKEEPING DOPO IL COVID-19	PAG. 18
1.12	AD OGNUNO IL SUO MENU: TECNICHE PER COSTRUIRE UN MENU CORRETTO	PAG. 18

1.13	LA PASTICCERIA DI BASE PER LA COLAZIONE IN HOTEL	PAG. 19
1.14	APERITIVANDO, L'APERITIVO DINAMICO: MISCELARE DA CASA GUIDATI ATTRAVERSO UN PC O UNO SMARTPHONE	PAG. 19

2. SAPER ESSERE PAG. 20

2.1	RIFLESSIONI GUIDATE SULL'IMPATTO PSICO-EMOTIVO DELLA PANDEMIA - ATTIVITÀ DI COACHING	PAG. 22
2.2	MOTIVAZIONE PERSONALE E LEGGE DI ATTRAZIONE IN EPOCA COVID - ATTIVITÀ DI COACHING	PAG. 22
2.3	L'ETICHETTA NEL MONDO DELL'OSPITALITÀ: LA DIFFERENZA TRA DARE UN BUON SERVIZIO ED OFFRIRE L'ECCELLENZA	PAG. 23
2.4	APPROCCIO ALLA LEADERSHIP CONTEMPORANEA	PAG. 24
2.5	CORSI DI LINGUA	
	Test di ingresso	PAG. 25
2.5.1	Tedesco per il turismo livello Intermedio - A2	PAG. 25
2.5.2	Conversazione in lingua tedesca in ambito turistico - Livello B1	PAG. 25
2.5.3	Tedesco per la ristorazione - Livello A2	PAG. 26
2.5.4	Full immersion tedesco intermedio - Livello A2	PAG. 26
2.5.5	Full immersion tedesco avanzato - Livello B1	PAG. 26
2.5.6	Conversazione in lingua inglese in ambito turistico - Livello B1	PAG. 27
2.5.7	Corso lingua inglese - Livello A2	PAG. 27
2.5.8	Corso Professional English - Livello B1	PAG. 27

Indice generale

3.	CONOSCERE IL TERRITORIO	PAG. 28'
3.1	IL FABBRICANTE DI STORIE BUONE	PAG. 30
3.2	VENETO BEER EXPERIENCE	PAG. 31
3.3	IL VINO: CONOSCERE PER COMUNICARE	PAG. 31
3.4	VENETO, TERRA MILLENARIA DA VINO E PATRIMONIO DI BELLEZZA	PAG. 32
3.5	LA SERENISSIMA, STORIA DEL PIÙ GRANDE MERCATO VITIVINICOLO	PAG. 32
3.6	ITINERARI DEL GUSTO	PAG. 33
3.6.1	Nascita e sviluppo della cucina lagunare	PAG. 33
3.6.2	La cucina dell'oro e del lusso: suggestioni di ieri, emozioni di oggi	PAG. 33
3.6.3	Per un pugno di spezie	PAG. 34
3.6.4	Vini finis terrae: la coltivazione della vigna in laguna	PAG. 34
3.7	A SPASSO "ONLINE" PER LA VENEZIA SEGRETA	PAG. 35
3.8	GALERE E GALLETTE: LA GEOMETRICA POTENZA DELL'ARSENALE DI VENEZIA	PAG. 35
3.9	IL MERCATO DI RIALTO TRA PESCI, SPEZIE E CORTIGIANE	PAG. 35
3.10	ITINERARI NELLA STORIA	PAG. 36
3.10.1	Il variegato mondo delle Scuole di mestiere a Venezia	PAG. 36
3.10.2	A 1600 anni dalla fondazione di Venezia: storia di un mito	PAG. 36
3.10.3	I mosaici del narcece di San Marco: quando le storie dell'Antico Testamento parlano di Venezia	PAG. 37
3.10.4	Alla scoperta della Venezia "minore": un itinerario "virtuale" a Cannaregio, dalla chiesa della Madonna dell'Orto alle Penitenti	PAG. 37
3.11	LA GENESI DEL TOUR	PAG. 38

4.	ORIENTARSI	PAG. 10'
4.1	ANDANTE MOSSO	PAG. 42
4.1.1	Psicologia del turismo: dall'evasione alle performance	PAG. 42
4.1.2	Territorio e identità locali	PAG. 42
4.2	NUOVI ORIZZONTI	PAG. 43
4.2.1	DESTINATION MARKETING	PAG. 43
4.2.2	VISIBILITA'	PAG. 44
4.2.3	CONVERSIONE	PAG. 44
4.2.4	PREVISIONE	PAG. 45
	MODALITÀ DI ISCRIZIONE	PAG. 46

smart.EDT

PER UNA FORMAZIONE
SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

SAPER FARE



1

1.1	SOCIAL MEDIA MARKETING PER LA PROMOZIONE DEL SETTORE TURISTICO: FACEBOOK E INSTAGRAM	PAG. 10
1.2	FARE MARKETING CON GOOGLE	PAG. 11
1.3	WEB AND SOCIAL ADVERTISING	PAG. 12
1.4	WHATSAPP FOR BUSINESS: LA CHAT PER LA GESTIONE DEL CLIENTE	PAG. 13
1.5	DIGITAL FOOD MARKETING: ECCO PERCHÉ LA DIGITAL TRANSFORMATION NON PUÒ PIÙ ATTENDERE!	PAG. 13
1.6	FUNNEL MARKETING: COME CREARE UNA STRATEGIA DI CONVERGENZA DEI CANALI DI COMUNICAZIONE PER AUMENTARE IL FATTURATO	PAG. 14
1.7	DIGITAL MENU E VISUAL MERCHANDISING INNOVATIVO PER IL RISTORANTE	PAG. 14
1.8	LE 10 APP PIÙ IMPORTANTI PER MIGLIORARE LA PRODUTTIVITA' DELL'ALBERGO IN MODO GRATUITO	PAG. 15
1.9	LA GESTIONE MANAGERIALE DEGLI STABILIMENTI BALNEARI	PAG. 16
1.10	OLTRE LA PANDEMIA: 120 ALBERGHI DI SUCCESSO NEL MONDO PER IMPARARE DAI MIGLIORI	PAG. 16
1.11	LA RECEPTION CENTRO NEVRALGICO DELL'HOTEL: ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CRM	PAG. 17
1.12	REPARTO HOUSEKEEPING DOPO IL COVID-19	PAG. 18
1.13	AD OGNUNO IL SUO MENU: TECNICHE PER COSTRUIRE UN MENU CORRETTO	PAG. 18
1.14	LA PASTICCERIA DI BASE PER LA COLAZIONE IN HOTEL	PAG. 19
1.15	APERITIVANDO, L'APERITIVO DINAMICO: MISCELARE DA CASA GUIDATI ATTRAVERSO UN PC O UNO SMARTPHONE	PAG. 19

1.1

SOCIAL MEDIA MARKETING PER LA PROMOZIONE DEL SETTORE TURISTICO: FACEBOOK E INSTAGRAM

L'obiettivo del seminario è fornire gli strumenti pratici ed operativi per poter selezionare e promuovere l'azienda turistica utilizzando i Social Network.

CONTENUTI

- Il web 2.0, social site e social network: introduzione
- Perché essere nei social network?
- Pianificazione e promozione strategica della presenza della propria azienda sul Web2.0
- Social Media Marketing: utilizzare i social site per fare marketing
- I costi della comunicazione 2.0
- Cosa comunicare, come comunicare
- Scrivere il piano editoriale per la comunicazione social

Facebook

- Come aprire una pagina
- Cosa scrivere, come scrivere, quando scrivere
- Gestire la pagina in più lingue
- I differenti tipi di post
- Come coinvolgere gli utenti della pagina
- Come leggere e interpretare le statistiche
- Advertising a pagamento (le campagne, i canvas, le audience)
- Il pixel di Facebook: le Analytics e le audience basate sul pixel
- Le recensioni su Facebook: come gestire e come rispondere alle critiche
- Cenni su Business Manager

I social visuali: Instagram

- Come aprire l'account
- Creare una lista di follower
- La pubblicazione delle immagini e l'uso dei filtri
- La scelta dell'#
- Gli instagrammer
- La Igers TV
- Monitorare i risultati

Data e orario: 28/29 aprile e 4 maggio 2021, 9.00-13.00

Durata: 12 ore

1.2

FARE MARKETING CON GOOGLE

L'obiettivo del percorso è quello di fornire gli strumenti pratici e operativi per poter gestire una campagna di pubblicità a pagamento su Google (Google Awards) e saper strutturare la lettura di Google Analytics per interpretare gli accessi al proprio sito. Tutto ciò al fine di ottimizzare la pagina web, secondo le regole SEO-Search Engine Optimization.

CONTENUTI

Google Adwords

- Creare una campagna di advertising a pagamento su Google
- Scegliere le keywords
- Ottimizzare gli annunci e i contenuti
- Monitorare la campagna e i suoi risultati
- Come utilizzare i tag per il controllo delle statistiche al sito Google Tag Manager (cenni)

Le Google Analytics

- Come leggere le statistiche di accesso al proprio sito attraverso le statistiche di Google
- Le local search e la scheda Google My Business
- In quali mappe inserire la propria attività
- Attivare, ottimizzare e gestire la scheda Google My Business
- Le recensioni su Google: come rispondere e come gestirle
- Google Virtual Tour

SEO

- Attività on site ed extra site
- La scelta delle parole chiave
- I meta tags
- La struttura del sito e della pagina
- L'ottimizzazione dei testi
- L'ottimizzazione delle immagini

Data e orario: 16/21/23 aprile 2021, 9.00-13.00

Durata: 12 ore



smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE
SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE



SAPER FARE

1.3

WEB AND SOCIAL ADVERTISING

Il fine del seminario è fornire gli strumenti per fare adv attraverso Facebook, Instagram, LinkedIn e Google, sapendo valutare, a priori, quale strumento sia il migliore da utilizzare per gli obiettivi da raggiungere.

CONTENUTI

- Introduzione: strumenti differenti per obiettivi differenti

Facebook ed Instagram Adv

- La creazione e gestione dell'account pubblicitario
- La condivisione dell'account pubblicitario
- La creazione della campagna gruppi di inserzione e annunci
- La scelta dell'obiettivo della campagna
- La creazione dell'audience: nuovo pubblico, pubblico personalizzato, etc.
- Il contenuto creativo
- I differenti formati
- Il posizionamento dell'adv
- Il pixel di Facebook
- Le metriche di base

Google Ads

- La creazione e gestione dell'account pubblicitario
- La condivisione dell'account
- La creazione della campagna gruppi di inserzione e annunci
- La scelta dell'obiettivo della campagna e le soluzioni di adv
- La targetizzazione geografica
- La lettura dei risultati

Data e orario: 17/19/25/26 maggio 2021, 9.00-12.00

Durata: 12 ore

1.4

WHATSAPP FOR BUSINESS: LA CHAT PER LA GESTIONE DEL CLIENTE

Obiettivo del seminario è fornire gli strumenti per poter utilizzare WhatsApp for Business per la gestione del cliente.

CONTENUTI

- I servizi di messaggistica istantanea
- Differenza tra WhatsApp personale e Business
- Come impostare WhatsApp For Business
- Funzionalità e strumenti
- Ottimizzare il profilo
- Impostare le risposte automatiche e le risposte "veloci"
- Il catalogo: funzioni e opportunità

Data e orario: 31 maggio 2021, 9.00-12.00

Durata: 3 ore

1.5

DIGITAL FOOD MARKETING: ECCO PERCHÉ LA DIGITAL TRANSFORMATION NON PUÒ PIÙ ATTENDERE!

Preparare un piano di Digital Food Marketing per una rinnovata cultura d'impresa ed evoluzione digitale.

Intercettare e pianificare strumenti web, digitali, tecnologici e social di successo da integrare e armonizzare nel tuo lavoro quotidiano.

Costruire una chiara visione di crescita del profitto attraverso strategie di Digital Food Marketing.

CONTENUTI

- Strategie digitali e social innovative
- Strumenti tecnologici per migliorare flussi di lavoro, management e automatizzazione
- Progettazione integrata di comunicazione, promozione e vendita del prodotto
- Tecniche di creazione contenuti convincenti e storytelling persuasivo

Per ogni punto del nostro percorso, analizzeremo un Caso di Studio per rendere concreti e applicabili principi e tecniche assimilati durante il corso.

Data e orario: 5 maggio 2021, 10.00-12.00

Durata: 2 ore



1.6

FUNNEL MARKETING: COME CREARE UNA STRATEGIA DI CONVERGENZA DEI CANALI DI COMUNICAZIONE PER AUMENTARE IL FATTURATO

L'obiettivo del seminario è quello di sensibilizzare gli operatori alla necessità di creare un nuovo approccio relazionale con il cliente, non basato sulla vendita diretta, cioè non sulla pubblicità finalizzata alla vendita immediata, ma alla costruzione di una relazione di fiducia che porti il cliente ad avvicinarsi naturalmente all'azienda rendendo la vendita quasi automatica.

CONTENUTI

- Il processo di comunicazione e le sue fasi tipiche
- L'approccio PUSH (spingere il servizio verso il cliente)
- L'approccio PULL (attrarre il cliente verso l'azienda)
- Tecniche di convergenza per gestire contemporaneamente i diversi canali di comunicazione

Data e orario: 8 aprile 2021, 9.00-13.00

Durata: 4 ore

1.7

DIGITAL MENU E VISUAL MERCHANDISING INNOVATIVO PER IL RISTORANTE

L'obiettivo del seminario è quello di approfondire il concetto di digital menu cogliendone tutte le opportunità, non solo come mero strumento promozionale, ma anche dal punto di vista della vendita e della fidelizzazione del cliente. Si approfondirà la possibilità di utilizzare lo spazio fisico del ristorante come spazio di vendita di prodotti dell'azienda, ma anche di partner attraverso l'uso della tecnologia.

CONTENUTI

- Caratteristiche del digital menu e differenze rispetto al menu tradizionale
- Il digital menu e la sua funzione promozionale
- Strumenti tecnologici per fare cross selling al ristorante

Data e orario: 13 aprile 2021, 9.00-13.00

Durata: 4 ore

1.8

LE 10 APP PIÙ IMPORTANTI PER MIGLIORARE LA PRODUTTIVITA' DELL'ALBERGO IN MODO GRATUITO

Obiettivo del corso di formazione è quello di suggerire ai partecipanti l'utilizzo di 10 App gratuite che consentono di aumentare la produttività del lavoro in albergo, sia dal punto di vista della gestione che della comunicazione, spiegandone i vantaggi e le modalità di utilizzo.

CONTENUTI

- Trello: un valido aiuto per organizzare e gestire efficacemente il lavoro dei collaboratori dell'albergo
- Asana: simile a Trello ma con funzionalità più avanzate, è una piattaforma che permette di gestire al meglio il lavoro del team, senza bisogno di usare le email
- Ludicpress: permette la creazione di materiale promozionale attraente on-line e off-line per comunicare efficacemente l'offerta dell'albergo
- Google Trends: analizza le tendenze delle ricerche di parole chiave su Google, ed è molto utile per scrivere contenuti efficaci sul sito web dell'albergo
- UberSuggest: analizza la "forza" di una specifica parola chiave e suggerisce parole chiave correlate per posizionare correttamente i contenuti del sito web dell'albergo su Google
- QR Code Generator: crea e gestisce i codici QR per creare digital menu e altri strumenti di comunicazione on-line e off-line dell'albergo
- Google Drive: una suite completa e accessibile "in the cloud" composta da strumenti office (elaboratore testi tipo Word, foglio di calcolo tipo Excel, presentazioni tipo Power Point)
- Snapseed: è una delle app più complete per modificare in modo sofisticato le fotografie da utilizzare per i post sui profili social dell'albergo, in particolare su Facebook e Instagram
- Evernote: una suite di strumenti che permette di organizzare documenti, prendere appunti, gestirli in maniera integrata su più dispositivi, creare liste di cose da fare e tanto altro ancora
- Postpickr: consente di gestire contemporaneamente la pubblicazione dei contenuti sui diversi profili social dell'albergo

Data e orario: 14 aprile 2021, 9.00-13.00

Durata: 4 ore

1**smart.EBT**PER UNA FORMAZIONE
SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

SAPER FARE

1.9

LA GESTIONE MANAGERIALE DEGLI STABILIMENTI BALNEARI

Obiettivo del seminario è concentrare l'attenzione sui principali aspetti gestionali ed organizzativi che interessano lo stabilimento balneare, con focus sul budget, la vendita dei servizi ed il coordinamento del personale, senza tralasciare la gestione del sito internet e degli aspetti ad esso correlati.

Particolare rilievo verrà dato alla responsabilizzazione del personale, alle sinergie fra i diversi reparti, alla fidelizzazione dei collaboratori, nell'ottica dell'aumento delle performances aziendali.

CONTENUTI

- Strategie di marketing e comunicazione
- Gestione del personale
- Il sito internet dello stabilimento balneare
- Gestione delle piattaforme social e vendita del servizio e strategie di up selling

Data e orario: 15 aprile 2021, 9.30-12.30 e 14.00-17.00

Durata: 6 ore

1.10

OLTRE LA PANDEMIA: 120 ALBERGHI DI SUCCESSO NEL MONDO PER IMPARARE DAI MIGLIORI

Lo scenario turistico internazionale ha registrato un mutamento epocale, imponendo la ridefinizione del servizio e delle strategie di marketing e comunicazione.

Obiettivo del seminario è di proporre ai partecipanti 120 alberghi di successo, che sono diventati case history per aver applicato con successo elementi di creatività e di innovazione nelle aree di gestione delle vendite, del marketing, della comunicazione, della reputazione on-line, della tematizzazione e specializzazione del servizio, così come nella gestione del management e dei dipendenti.

CONTENUTI

- Gli effetti della pandemia sulle esigenze dell'ospite
- Le novità nella domanda turistica
- Proposte innovative, strategie e sviluppo di servizi ad hoc strutturati e proposti in modo non convenzionale

Data e orario:

20 aprile 2021, 9.30-12.30 e 14.00-17.00

Durata: 6 ore

1.11

LA RECEPTION CENTRO NEVRALGICO DELL'HOTEL: ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CRM

Obiettivo del corso di formazione è insegnare a organizzare e gestire correttamente la reception dell'albergo, tenendo in considerazione tutti i delicati ruoli che ricopre questo reparto, ottimizzando lo sviluppo delle sue diverse funzioni. Oltre alle corrette tecniche di accoglienza del cliente, con la possibilità di ottenere una maggiore marginalità dall'up-selling diretto e della corretta gestione di eventuali insoddisfazioni e reclami. Si analizzerà nel dettaglio l'importanza strategica del ricevimento, quale punto di congiunzione e di coordinamento di tutti gli altri reparti, assicurando all'albergo una gestione snella ed efficiente. Particolare attenzione verrà riservata al ruolo di interfaccia tra l'albergo e gli attori esterni che interagiscono con questo a diverso titolo.

CONTENUTI

- L'organizzazione della reception: la divisione dei ruoli e l'organizzazione dei turni di lavoro
- Tecniche di leadership e di delega per la corretta gestione degli addetti alla reception
- Le doti relazionali e le competenze del perfetto receptionist
- La corretta organizzazione dei flussi informativi tra la reception e gli altri reparti dell'albergo
- La corretta gestione dell'accoglienza dell'ospite
- La presentazione dei servizi dell'albergo e le tecniche di up-selling
- Le tecniche di gestione delle insoddisfazioni e dei reclami dei clienti, la gestione delle evidenze e il reporting.

Data e orario: 27 aprile 2021, 9.00-13.00

Durata: 4 ore



1.12

REPARTO HOUSEKEEPING DOPO IL COVID-19

Il corso si propone di trasmettere le conoscenze di base agli operatori del reparto Housekeeping per poter espletare le proprie funzioni dopo la pandemia Sars COV-19.

CONTENUTI

- Il Reparto Housekeeping post Covid
- L'Housekeeping e i nuovi protocolli di pulizia
- Mansionario specifico post COVID-19
- Igiene, sanificazione
- Come viene sanificata l'aria

Data e orario: 21 aprile 2021, 9.00-12.00

Durata: 3 ore

1.13

AD OGNUNO IL SUO MENU: TECNICHE PER COSTRUIRE UN MENU CORRETTO

Obiettivo del corso è approfondire le modalità da seguire per dare vita ad un menu equilibrato sotto tutti i punti di vista: nutrizionale, economico e, non da ultimo, in linea con la tipologia di locale ove esso viene servito.

CONTENUTI

- La coerenza tra piatti e location
- I prodotti del territorio
- Il food cost: focus sul costo del singolo piatto
- Esempi di menu completi adatti ai diversi target della ristorazione alberghiera
- Cenni sul menu da asporto: cosa proporre e come proporlo senza troppe complicazioni

Data e orario: 12 aprile 2021, 9.00-13.00

Durata: 4 ore

1.14

LA PASTICCERIA DI BASE PER LA COLAZIONE IN HOTEL

Obiettivo del corso è quello di creare, attraverso le principali tecniche e con l'approfondimento di alcune ricette collaudate, i prodotti di base della pasticceria dedicata alla colazione. Si esploreranno anche le diverse modalità di utilizzo delle uova.

CONTENUTI

- Muffin, frolle, crostate, dolci da credenza, biscotti
- L'uovo: frittata, omelette, uovo in camicia

Data e orario: 14 aprile 2021, 9.30-12.30

Durata: 3 ore

1.15

APERITIVANDO, L'APERITIVO DINAMICO: MISCELARE DA CASA GUIDATI ATTRAVERSO UN PC O UNO SMARTPHONE

Un format diverso e accattivante, per tutti gli appassionati del rito dell'aperitivo, che permette di imparare ed approfondire le nuove tecniche di composizione di drink, andando alla scoperta di una parte del mondo della mixology e delle modalità per comporre aperitivi abbinati anche a finger food deliziosi, preparati in modo semplice e veloce. Obiettivo del percorso è apprendere le tecniche e le conoscenze riguardo i diversi aspetti dell'aperitivo, passando dalla storia del cocktail e approfondendo le caratteristiche dei diversi prodotti, le tecniche di lavoro, gli strumenti e le tecniche di realizzazione più all'avanguardia.

CONTENUTI

- Breve storia dell'aperitivo
- I Vermuth e i Bitter, attrezzature e tipologie di bicchieri più appropriati
- Tecniche di mixology; arie, velluti e spume
- Il ghiaccio a cubetti; la nuova tendenza dei pezzettoni e le guarnizioni
- Aperitivi basici e remake di aperitivi classici, alcolici e analcolici
- Aperitivi innovativi abbinati a snack gourmet e cicchetti
- Principi di food pairing

Data e orario: 28 aprile 2021, 9.00-13.00

Durata: 4 ore



2.1	RIFLESSIONI GUIDATE SULL'IMPATTO PSICO-EMOTIVO DELLA PANDEMIA ATTIVITÀ DI COACHING	PAG. 22
2.2	MOTIVAZIONE PERSONALE E LEGGE DI ATTRAZIONE IN EPOCA COVID ATTIVITÀ DI COACHING	PAG. 22
2.3	L'ETICHETTA NEL MONDO DELL'OSPITALITÀ: LA DIFFERENZA TRA DARE UN BUON SERVIZIO ED OFFRIRE L'ECCELLENZA	PAG. 23
2.4	APPROCCIO ALLA LEADERSHIP CONTEMPORANEA	PAG. 24
2.5	CORSI DI LINGUA Test di ingresso	PAG. 25
2.5.1	Tedesco per il turismo livello Intermedio - A2	PAG. 25
2.5.2	Conversazione in lingua tedesca in ambito turistico - Livello B1	PAG. 25
2.5.3	Conversazione in lingua inglese in ambito turistico - Livello B1	PAG. 25
2.5.4	Tedesco per la ristorazione - Livello A2	PAG. 26
2.5.5	Full immersion tedesco intermedio - Livello A2	PAG. 26
2.5.6	Full immersion tedesco avanzato - Livello B1	PAG. 26
2.5.7	Corso lingua inglese - Livello A2	PAG. 27
2.5.8	Corso Professional English - Livello B1	PAG. 27



2.1

RIFLESSIONI GUIDATE SULL'IMPATTO PSICO-EMOTIVO DELLA PANDEMIA - **ATTIVITÀ DI COACHING**

Gli Agevolatori incontrano i Partecipanti per registrare, in occasione degli eventi pandemici, l'emozionalità e le difficoltà psichiche che li ha interessati. In questo modo verranno proposte varie metodiche e strumenti da mettere in atto per utilizzare l'emozionalità stessa a proficuo vantaggio della persona, al fine di raggiungere i propri obiettivi lavorativi e di vita.

Data e orario: 13 aprile 2021, 10.00-12.00

Durata: 2 ore

2.2

MOTIVAZIONE PERSONALE E LEGGE DI ATTRAZIONE IN EPOCA COVID - **ATTIVITÀ DI COACHING**

Il continuo "stop and go" di tutte le attività, come argine alla pandemia, ha determinato disagio e difficoltà psicologiche. La legge di attrazione, ovvero la capacità innata di far accadere quello che ci piacerebbe accadesse per noi, può diventare un argine alle costrizioni fisiche e conseguentemente produttive che ci hanno afflitto in questo ultimo anno.

Data e orario: 20 aprile 2021, 10.00-12.00

Durata: 2 ore

2.3

L'ETICHETTA NEL MONDO DELL'OSPITALITÀ: LA DIFFERENZA TRA DARE UN BUON SERVIZIO ED OFFRIRE L'ECCELLENZA

L'obiettivo del seminario è creare consapevolezza dell'importanza della materia "etichetta e galateo" nel settore alberghiero.

CONTENUTI

- Breve introduzione sull'importanza della materia "galateo" nel mondo dell'ospitalità
- Lo stile, la classe e le buone maniere non sono attributi esclusivi degli hotel a 5 stelle
- L'importanza della nostra immagine
- Il dress-code aziendale
- Modi e modi. Tutto quello che fa la differenza
- Se il saluto è il primo biglietto da visita, l'utilizzo corretto degli appellativi e titoli lo perfezionano
- Il servizio e il galateo – un connubio vincente
- Netiquette – la comunicazione digitale e gli errori da evitare
- Le regole di precedenza
- Conosciamo le regole del galateo di culture diverse dalla nostra?
- Il valore della Business, Social e Cross Cultural Etiquette.
- Il Manuale di Etichetta in albergo. A cosa serve?
- Spunti che ci aiuteranno a riflettere ed a scambiare opinioni, aneddoti, momenti di sconforto, momenti felici, momenti imbarazzanti, ecc.

Data e orario: 7 maggio 2021, 10.00-12.30

Durata: 2,5 ore



2.4

APPROCCIO ALLA LEADERSHIP CONTEMPORANEA

Il percorso porterà il partecipante ad analizzare ed approfondire alcuni dei cambiamenti, comportamentali e attitudinali - che ogni leader del settore alberghiero e della ristorazione dovrà affrontare nell'era Covid-19 all'interno del proprio Team - e lo aiuterà ad orientarsi secondo le direttrici della leadership contemporanea: **safety coaching, caring leadership, motivation, control.**

L'approccio docente/partecipante sarà reso dinamico grazie all'interazione che prevede il confronto tra i partecipanti, l'esposizione di singole esperienze e l'elaborazione di specifiche soluzioni attraverso l'utilizzo dell'**Intelligenza Collettiva.**

CONTENUTI

Nuove regole e cambiamenti della leadership

- Analisi dei nuovi e futuri scenari occupazionali
- Aggiornamenti ed adeguamenti delle job descriptions
- Adeguamenti comportamentali nei rapporti lavorativi
- Training on-the-job

La leadership come strumento di riuscita

- Adeguamenti nell'organizzazione del lavoro e nella gestione del Team
- Il leader a servizio del Team: capire le persone, decisioni e dissensi
- L'importanza di un ottimo clima aziendale
- Approfondimenti

Data e orario: 14/16 aprile 2021, 10.00-12.00

Durata: 4 ore

2.5 CORSI DI LINGUA

TEST DI INGRESSO

Si richiede l'iscrizione all'adeguato livello di conoscenza della lingua. Gli Istituti Linguistici contatteranno gli iscritti per l'invio di un test di verifica o per un veloce colloquio telefonico prima dell'avvio del corso in modo da garantire l'omogeneità del livello di conoscenza del gruppo classe.

2.5.1

Tedesco per il turismo livello Intermedio - A2

Il corso mira a migliorare le competenze di base nella lingua tedesca per relazionarsi con l'ospite di lingua straniera anche nelle situazioni più specifiche del contesto reception/bar/ristorante.

Data: aprile 7-12-14-19-21-26-28 e maggio: 3-5-10

Lunedì e mercoledì dalle 17.00 alle 18.30

Durata: 20 ore

2.5.2

Conversazione in lingua tedesca in ambito turistico - Livello B1

Migliorare il tuo tedesco parlato/ la conversazione con l'ospite di lingua tedesca grazie ad una insegnante di madrelingua tedesca. Ogni lezione affronterà un argomento specifico.

2 incontri alla settimana da 2.5 ore

Data: aprile 7-12-14-19-21-26-28

Lunedì e mercoledì dalle 14.00 alle 16.30

Durata: 20 ore

2.5.3

Tedesco per la ristorazione - Livello A2

Il corso mira a interagire con l'ospite nell'ambito del ristorante e quindi prendere le ordinazioni, descrivere i piatti, spiegare i vari tipi di cottura, l'abbinamento dei vini.

Il livello richiesto è intermedio.

Data: aprile 6-8-13-15-20-22-27-29 e maggio 4-6

Martedì e giovedì dalle 9.00 alle 10.30

Durata: 20 ore



2.5.4

Full immersion tedesco intermedio - Livello A2

Obiettivo del corso è ricreare una vera e propria "immersione" nella lingua straniera, simulando l'esperienza di un soggiorno all'estero. Ogni mattina sarà trattato un argomento specifico del settore turistico come per esempio: la prenotazione- la descrizione dei servizi- le indicazioni stradali- il tempo meteorologico- il ristorante- il conto ecc.

Il livello richiesto è falso base.

4 incontri alla settimana da 3 ore

Data e orario: aprile 6-7-8-9-12-13-14-15 dalle 10.00 alle 13.00

1. **Settimana: mart-merc-giov-ven**
2. **Settimana: lun-mart-merc-giov**

Durata: 2 settimane

2.5.5

Full immersion tedesco avanzato - Livello B1

Obiettivo del corso è ricreare una vera e propria "immersione" nella lingua straniera, simulando l'esperienza di un soggiorno all'estero. Ogni mattina sarà trattato un argomento specifico del settore turistico come per esempio: la prenotazione- la descrizione dei servizi- le indicazioni stradali- il tempo meteorologico- il ristorante- il conto ecc.

Il livello richiesto è buon intermedio.

4 incontri alla settimana da 3 ore

Data e orario: aprile: 19-20-21-22-26-27-28-29 dalle 10.00 alle 13.00

1. **Settimana: lun-mart-merc-giov**
2. **Settimana: lun-mart-merc-giov**

Durata: 2 settimane

2.5.6

Conversazione in lingua inglese in ambito turistico - Livello B1

Migliorare la fluency e la pronuncia in lingua inglese con una insegnante di madrelingua inglese. Ogni lezione affronterà un argomento specifico.

2 incontri alla settimana da 2.5 ore

Data: aprile 6-8-13-15-20-22-27

Martedì e giovedì dalle 16.00 alle 18.30

Durata: 20 ore

2.5.7

Corso lingua inglese - Livello A2

Il corso prevede la revisione e il ripasso generale delle abilità linguistiche con approfondimento grammaticale, sviluppo della capacità di comprensione, espressione e comunicazione con potenziamento delle quattro abilità linguistiche.

Listening (comprensione all'ascolto)

Speaking (espressione orale)

Reading (lettura)

Writing (scrittura)

Data: aprile 14-16-21-23-28-30 e maggio 5-7-12-14

Mercoledì e venerdì dalle 9.30 alle 11.30

Durata: 20 ore

2.5.8

Corso Professional English - Livello B1

L'obiettivo del corso è quello di fornire ai partecipanti gli strumenti, il linguaggio tecnico appropriato e la fluidità linguistica adeguata a tutte le professioni che operano nel settore del turismo. Il corso seguirà un approccio dell'apprendimento della lingua di tipo comunicativo con ulteriori approfondimenti di elementi di grammatica e lessicali, ampliamento del vocabolario e miglioramento della comprensione e del parlato. Verranno introdotti skills di lavoro e verranno inoltre introdotti argomenti di conversazione e potenziamento delle competenze linguistiche settoriali.

Data: aprile 14-16-21-23-28-30 e maggio 5-7-12-14

Mercoledì e venerdì dalle 9.30 alle 11.30

Durata: 20 ore

smart.EDU

PER UNA FORMAZIONE
SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

CONOSCERE IL TERRITORIO



3

Corsi di lingue straniere

3.1	IL FABBRICANTE DI STORIE BUONE	PAG. 30
3.2	VENETO BEER EXPERIENCE	PAG. 31
3.3	IL VINO: CONOSCERE PER COMUNICARE	PAG. 31
3.4	VENETO, TERRA MILLENARIA DA VINO E PATRIMONIO DI BELLEZZA	PAG. 32
3.5	LA SERENISSIMA, STORIA DEL PIÙ GRANDE MERCATO VITIVINICOLO	PAG. 32
3.6	ITINERARI DEL GUSTO	PAG. 33
3.6.1	Nascita e sviluppo della cucina lagunare	PAG. 33
3.6.2	La cucina dell'oro e del lusso: suggestioni di ieri, emozioni di oggi	PAG. 33
3.6.3	Per un pugno di spezie	PAG. 34
3.6.4	Vini finis terrae: la coltivazione della vigna in laguna	PAG. 34
3.7	A SPASSO "ONLINE" PER LA VENEZIA SEGRETA	PAG. 35
3.8	GALERE E GALLETTE: LA GEOMETRICA POTENZA DELL'ARSENALE DI VENEZIA	PAG. 35
3.9	IL MERCATO DI RIALTO TRA PESCI, SPEZIE E CORTIGIANE	PAG. 35
3.10	ITINERARI NELLA STORIA	PAG. 36
3.10.1	Il variegato mondo delle Scuole di mestiere a Venezia	PAG. 36
3.10.2	A 1600 anni dalla fondazione di Venezia: storia di un mito	PAG. 36
3.10.3	I mosaici del narcece di San Marco: quando le storie dell'Antico Testamento parlano di Venezia	PAG. 37
3.10.4	Alla scoperta della Venezia "minore": un itinerario "virtuale" a Cannaregio, dalla chiesa della Madonna dell'Orto alle Penitenti	PAG. 37
3.11	LA GENESI DEL TOUR	PAG. 38



3.1

IL FABBRICANTE DI STORIE BUONE

Come usare lo Storytelling per comunicare il cibo nella ristorazione e nell'hotellerie

Il seminario affronta il tema della narrazione del cibo, con un approccio sia teorico (le regole) che pratico (laboratorio).

CONTENUTI

Comunicare il cibo, perché?

La narrazione del consumo è un mestiere che:

- potenzia la qualità percepita dell'impresa
- fornisce uno strumento operativo allo staff
- migliora l'esperienza del cliente
- può produrre più cash flow

Per comunicare prodotto, lavoro e territorio, bisogna usare tecniche, parole e tempi corretti:

- Costruire una storia: le fasi del racconto
- Lo Storytelling: origini, regole, errori da evitare
- Storytelling scritto e parlato: due mondi e due storie
- Il prodotto non basta: empatia, emozione, ricordi. Partono da un contenuto reale. Non lo sostituiscono

Laboratorio:

- Case history: esempi di storie buone
- Il fabbricante di storie. Crea la tua storia:

La valigia dell'attore: proviamo a cambiarci d'abito

Si assegnano ruoli precisi ai partecipanti, un tema da narrare e si crea una simulazione di contesto (clienti in sala, concierge in hotel, local advisor).

Data e orario: 21 aprile 2021, 9.30-12.30

Durata: 3 ore

3.2

VENETO BEER EXPERIENCE

Come trasformare la birra in una vera esperienza turistica

La birra artigianale è ormai a tutti gli effetti un'eccellenza del made in Italy. Dal punto di vista gastronomico, agricolo e sociale. Per questo sta diventando anche veicolo per incrementare l'offerta turistica, ad esempio nell'ottica della destagionalizzazione. La birra artigianale infatti, può essere pensata come una bussola, per scoprire il territorio durante tutto l'anno, sposandosi perfettamente ai nuovi modelli del turismo di prossimità, lento e low touch.

CONTENUTI

- Lo stato dell'arte della birra artigianale con particolare riferimento al contesto veneto
- Birra artigianale: perché è attrattiva per il turista enogastronomico
- Birra e turismo: perché oggi è un matrimonio d'amore
- Come strutturare un'offerta turistica centrata sulla birra artigianale
- Presentazione di 5 itinerari di turismo birraio in Veneto

Data e orario: 27 aprile 2021, 15.00-17.00

Durata: 2 ore

3.3

IL VINO: CONOSCERE PER COMUNICARE

Saper cogliere l'intima essenza di tutto quello che si cela in un sorso di vino significa valorizzare una tradizione millenaria che appartiene alla nostra cultura da sempre. Oggi più che mai si rende indispensabile avere un approccio serio e professionale che permetta di affrontare una corretta comunicazione e un mercato in continua evoluzione.

CONTENUTI

Il vino

- Ieri, oggi e domani.

Come raccontare un vino

- La tecnica della degustazione. Il bere consapevole.

Storytelling: il turista, il cliente, l'amico

- Cosa sarà indispensabile per riconquistare il mercato?

Il buono e il bello

- Alla scoperta di ciò che rende così unico il nostro paese.

Data e orario: 21 aprile 2021, 14.30-17.30

Durata: 3 ore



3.4

VENETO, TERRA MILLENARIA DA VINO E PATRIMONIO DI BELLEZZA

Le prime tracce della vite in Veneto rappresentano la più antica attestazione della vite in Italia. L'incredibile patrimonio ampelografico, l'accurata selezione delle uve, la cura in vigna e in cantina negli ultimi decenni hanno permesso di elevare il livello dei vini e di ampliare il campo dell'eccellenza regionale. Il ricordo della storia e la bellezza dell'ambiente hanno portato ad un impareggiabile patrimonio vitivinicolo.

CONTENUTI

Conoscere per comunicare

- Il Veneto uno scrigno di tesori da scoprire

Una regione da primato

- La prima per produzione, per export e per biodiversità

Aree di produzione vitivinicola e sito Unesco

- Le quattro macro-zone vitivinicole venete da conoscere

L'evoluzione del gusto

- Mode, tendenze e stili. Il nuovo consumatore cosa cerca?

Data e orario: 14 aprile 2021, 14.30-17.30

Durata: 3 ore

3.5

LA SERENISSIMA, STORIA DEL PIÙ GRANDE MERCATO VITIVINICOLO

Il mito di Venezia non è pensabile al di fuori del quadro storico-sociale costituito dalla Repubblica e dai suoi mercanti. Sarà la grande intuizione di trasformare il vino da genere alimentare a oggetto di culto che porterà la città lagunare a gestire un grande commercio di vino proveniente dalla terra e dal mare e farlo divenire uno *status symbol*. Oggi troviamo ancora toponimi e riferimenti al mondo del vino tra calli, ponti e sottoporteghi.

CONTENUTI

Storie di mercanti e di conquiste

- I vini foresti e i vini de Venegia

Dalla Serenissima ai giorni nostri

- Cenni storici: dai vini navigati alla scienza enologica

Dalla Malvasia al baccalà

- Un incontro fortuito che ha messo le radici nella gastronomia lagunare

I vini di Venezia

- Dalla terra dei Dogi, ai luoghi del vino alle produzioni lagunari

Data e orario: 28 aprile 2021, 14.30-17.30

Durata: 3 ore

3.6 ITINERARI DEL GUSTO

COTTURE E CULTURE

Legare i luoghi al cibo, unire arte, storia, architetture a gusti e sapori, mettere insieme *cotture e culture* per scoprire una Venezia segreta, capitale del gusto e della *fusion* mediterranea.

3.6.1

Nascita e sviluppo della cucina lagunare

Il percorso in continuo divenire della storia culinaria della Serenissima, dall'iniziale semplicità fatta di pesce minuto, salato e seccato, alle squisite influenze orientali con l'inusuale gusto dell'agrodolce, del versatile riso, degli intriganti *savari*. Storia dell'*Anonimo Veneziano*, il più antico ricettario veneto, del XIV secolo, e della "polvere di Cipro" ovvero l'avventura dello zucchero.

Data e orario: 15 aprile 2021, 17.00-19.00

Durata: 2 ore

3.6.2

La cucina dell'oro e del lusso: suggestioni di ieri, emozioni di oggi

La geometrica potenza dei banchetti rinascimentali si consuma tra scenografia e finzione, coreografia e spettacoli. Cibi ricercati e preparazione della tavola devono appagare occhio e palato. La miscela magica dell'antica sapienza del "ben vivere" veneziano per capire come e dove nasce "lo stile italiano" che tutto il mondo ci invidia. La crisi della cucina "mimetica" e la nascita del gusto moderno.

Data e orario: 19 aprile 2021, 10.00-12.00

Durata: 2 ore



3.6.3

Per un pugno di spezie

Una lezione dedicata alla conoscenza delle spezie: **cosa sono, da dove vengono, e perché hanno fatto la fortuna di Venezia**. Ritenute oltremodo benefiche, le spezie sono state usate in **cucina**, nella **farmacopea** e nella **profumeria**, con profusione. Oggi la scienza moderna ha dimostrato che questo assunto è corretto e, per questa ragione, gli chef le hanno riprese in considerazione.

Data e orario: 23 aprile 2021, 10.00-12.00

Durata: 2 ore

3.6.4

Vini finis terrae: la coltivazione della vigna in laguna

Da tempo immemorabile nella Laguna di Venezia si coltiva la vite. Umili contadini e silenziosi monaci hanno amorevolmente curato le vigne sottraendole all'invadenza delle acque alte, sempre in agguato. La storia affascinante dei vitigni autoctoni (come la Dorona) per conoscere un mondo agrario mai raccontato prima.

Data e orario: 26 aprile 2021, 10.00-12.00

Durata: 2 ore

3.7

A SPASSO "ONLINE" PER LA VENEZIA SEGRETA

Una presentazione attraverso un percorso in power point degli itinerari enogastronomici e culturali di Venezia e della Laguna Veneta. Una parte del corso è dedicata alla "costruzione di un itinerario" in modo da fornire ai partecipanti gli strumenti indispensabili per operare concretamente.

Data e orario: 12 maggio 2021, 16.30-18.30

Durata: 2 ore

3.8

GALERE E GALLETTE: LA GEOMETRICA POTENZA DELL'ARSENALE DI VENEZIA

Emblema della potenza marittima veneziana, l'Arsenale, con i grandi bacini di carenaggio, le immense corderie, la Casa del Bucintoro e il monumentale portale rinascimentale, ci introduce al più sorprendente complesso industriale dell'antichità. Oltre all'aspetto navale, l'Arsenale è stato l'insolito scenario di un singolare pranzo offerto al re francese Enrico III nonché la sede dell'allevamento di ostriche, predilette dal Casanova. Affronteremo quindi anche i temi della "cucina da mar".

Data e orario: 17 maggio 2021, 16.30-18.30

Durata: 2 ore

3.9

IL MERCATO DI RIALTO TRA PESCI, SPEZIE E CORTIGIANE

Il Mercato di Rialto visto sia come mercato ortofrutticolo e del pesce che dal punto di vista storico e sociale, dal momento che nel passato è stato city finanziaria e sede del Borsino delle Spezie. Le suggestive Chiese di San Giacometto e di San Giovanni Elemosinario, con i capolavori del Tiziano e del Pordenone, sede degli altari delle corporazioni legate al Mercato e il racconto del Castelletto, antica zona del godimento, che si riallaccia anche alla storia delle cortigiane.

Data e orario: 24 maggio 2021, 16.30-18.30

Durata: 2 ore



3.10 ITINERARI NELLA STORIA

Quattro seminari per avvicinare i partecipanti alla storia di Venezia e ai motivi della sua arte e della sua bellezza. Alla società veneziana, alle sue organizzazioni, ai luoghi della sua civiltà e della sua vitalità. Itinerari attraverso la storia di cui l'arte è strumento di identità, potere, fede.

3.10.1

Il variegato mondo delle Scuole di mestiere a Venezia

Venezia fu una delle città più ricche di Confraternite, dei più vari generi. Nel 1442, Jacopo d'Albizzotto Guidi ne indicò più di duecento. Oltre alle prestigiose e potenti Scuole Grandi, esisteva un variegato mondo di piccole Scuole di Arti e Mestieri, di cui scopriremo assieme la storia, le prerogative, i simboli, le antiche sedi e la produzione artistica.

Data e orario: 7 aprile 2021, 10.00-12.00

Durata: 2 ore

3.10.2

A 1600 anni dalla fondazione di Venezia: storia di un mito

Il 25 marzo 2021 Venezia ha festeggiato i 1600 anni della sua fondazione mitica, ovvero della posa della prima pietra della chiesa di San Giacometto a Rialto, avvenuta il 25 marzo 421, festa dell'Annunciazione. Si tratta certo di un mito fondativo, rubricato spesso come leggenda. Tuttavia, il termine latino *legenda* rivela che le cose che narra sono innanzitutto segno da leggere in profondità. Il mito, infatti, pur non raccontando la verità storica in senso cronachistico, nondimeno dice la verità circa l'identità della comunità che lo elabora. Nel caso di Venezia, esso afferma l'avvenimento dell'Incarnazione quale fondamento della città. Vedremo allora le tappe fondamentali del processo con cui Venezia storicamente rielaborò e dette sempre nuova forma a questo mito di fondazione, attraverso l'arte, la devozione, il cerimoniale.

Data e orario: 19 aprile 2021, 15.00-17.00

Durata: 2 ore

3.10.3

I mosaici del narcece di San Marco: quando le storie dell'Antico Testamento parlano di Venezia

La Basilica di San Marco si contraddistingue per la bellezza dell'apparato musivo del suo atrio, dove si susseguono senza soluzione di continuità, sulle pareti e sulle cupoline, una serie di episodi dell'Antico Testamento, preludio delle scene evangeliche presenti dentro la chiesa. Seguendo le appassionanti vicende dei più importanti protagonisti della Bibbia, i mosaici però raccontano anche di Venezia, della sua storia e di come essa si percepisce quale potenza politica e commerciale.

Data e orario: 27 aprile 2021, 10.00-12.00

Durata: 2 ore

3.10.4

Alla scoperta della Venezia "minore": un itinerario "virtuale" a Cannaregio, dalla chiesa della Madonna dell'Orto alle Penitenti

Venezia non è solo San Marco e Rialto. Luoghi meno battuti dal turismo si rivelano ricchi di storia e di suggestioni. E' il caso del sestiere di Cannaregio, uno dei più "giovani" e storicamente più periferici di Venezia. Si proporrà un itinerario che parte dalla strepitosa chiesa della Madonna dell'Orto e dai molti capolavori che essa custodisce, per arrivare alla chiesa delle Penitenti, uno dei gioielli nascosti di Venezia.

Data e orario: 3 maggio 2021, 15.00-17.00

Durata: 2 ore

3

smart.EDU

PER UNA FORMAZIONE
SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE



3.11

LA GENESI DEL TOUR

Come trasformare una passeggiata in una proposta turistica

Il seminario si propone di indicare le adeguate "istruzioni per l'uso" a coloro che desiderano proporre alla propria clientela delle visite a Venezia. Si avrà modo di costruire l'itinerario perfetto sotto ogni profilo, non solo per la godibilità artistica, ma anche sotto l'aspetto logistico e pratico della città più insolita del mondo, tenendo conto delle esigenze sia del visitatore principiante che di quello esperto.

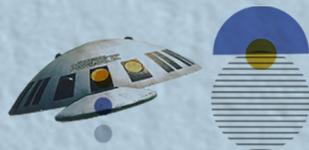
Data e orario: 19 maggio 2021, 10.00-12.00

Durata: 2 ore

CONOSCERE IL TERRITORIO



4.1	ANDANTE MOSSO	PAG. 42
4.1.1	Psicologia del turismo: dall'evasione alle performance	PAG. 42
4.1.2	Territorio e identità locali	PAG. 42
4.2	NUOVI ORIZZONTI	PAG. 43
4.2.1	DESTINATION MARKETING	PAG. 43
4.2.2	VISIBILITA'	PAG. 44
4.2.3	CONVERSIONE	PAG. 44
4.2.3	PREVISIONE	PAG. 45



4.1

"Andante mosso"

Conoscere il passato, immaginare il futuro

"Questo momento che l'umanità sta vivendo può essere visto come un portale o come un buco. La decisione di cadere nel buco o di attraversare il portale è solo tua. Non aiuta affatto essere tristi e privi di energia. Anche quando il peggio sarà passato, ognuno di noi sarà importante per ricostruire un nuovo mondo".

Dal messaggio all'umanità di Aquila Bianca, indiano d'America Hopi.

"Andante mosso" è un ragionamento articolato in due appuntamenti a tema l'evoluzione del turismo. Per ogni argomento trattato, l'idea è di partire da un'indagine del contesto sociale e culturale e di arrivare alle implicazioni e alle indicazioni utili che possono risultare dagli scenari presentati, per chi lavora in ambito ricettivo e turistico.

4.1.1

Psicologia del turismo: dall'evasione alle performance

CONTENUTI

- Storia e psicologia dell'evasione turistica
- Il bisogno di vacanza determinato da fattori push
- Stereotipi, esotismo e fattori pull
- Il turismo come performance esistenziale
- Il "revenge tourism" dopo i lockdown

Data e orario: 15 aprile 2021, 10.30-11.30

Durata: 1 ora

4.1.2

Territorio e identità locali

CONTENUTI

- Territorio, frequentazioni e appartenenze
- I "foresti" sul nostro: xenofobia e xenofilia
- Cosa significa essere del posto?
- Stanti e viandanti: fermezza e mobilità
- La mobilità turistica
- Il turismo di prossimità
- Crescita e sviluppo di una destinazione

Data e orario: 22 aprile 2021, 10.30-11.30

Durata: 1 ora

4.2 NUOVI ORIZZONTI

4.2.1

DESTINATION MARKETING

Il maggior ostacolo è l'attesa, dipende dal domani ma spreca l'oggi

NUOVI TREND TURISTICI 2021

Il seminario affronta il mutamento delle sensibilità globali rispetto alle destinazioni turistiche e alle sistemazioni alberghiere, in relazione al comportamento dei possibili turisti suddivisi per mercati ma anche per fasce di appartenenza anagrafica e per affinità. Il Covid-19 ha spinto alcune sensibilità a discapito di altre, per cui alcuni tipi di destinazioni sono favorite più di altre per la stagione turistica 2021/22: ma non è solo questo aspetto ad essere cambiato.

Anche la tipologia di sistemazione che viene scelta è molto cambiata, in relazione a timori e speranze, a nuovi desideri e rinnovate esigenze.

Questo seminario si propone di suggerire alcune azioni strategiche per rendere l'attesa imposta dai lockdown e travel ban nazionali e internazionali un momento fertile e utile alla ripartenza, con un occhio ai mercati consolidati e ai mercati emergenti, e con la consapevolezza della necessità di rinnovare sempre la propria struttura, intesa come un vero e proprio prodotto turistico.

Data e orario: 12 aprile 2021, 10.30-12.30

Durata: 2 ore



4.2.2

VISIBILITA'

La criticità e l'opportunità di un piano Marketing oggi

Fino al 2019, solo in Italia, milioni di utenti si collegavano ogni mese alle piattaforme social. Nel 2020 a causa della pandemia questi numeri sono notevolmente aumentati: questa annata così difficile e particolare ci ha costretti a passare molto tempo in casa al computer, portandoci a sognare il prossimo viaggio della vita. Tuttavia il 72% degli utenti risulta ancora indeciso sulla destinazione ed il tipo di viaggio da intraprendere.

Saper intercettare tutti questi utenti indecisi con i giusti canali e con i giusti messaggi è la chiave di svolta: un piano marketing ben strutturato ti permetterà di aumentare la visibilità, coinvolgere maggiormente l'utente e trasformare l'utente in un potenziale ospite. I trend di viaggio non sono scomparsi, sono solo cambiati così come le esigenze dell'ospite: la voglia di viaggiare maturata nel 2020 si scontra con le paure create dalla pandemia che ha avuto ripercussioni fisiche e psicologiche molto importanti sull'essere umano. Lavorare sulla comunicazione ora mostrando un lato empatico, basandosi su uno stile "Facts, not fear" (cioè che aggiorni sui fatti ma non alimenti le paure) permetterà alla tua struttura di ripartire al meglio quando il settore turistico darà nuovi segnali di vita.

Grazie a questo seminario capirai come impostare la comunicazione social attraverso un elenco di tutti i possibili post che la tua struttura può pubblicare sulle principali piattaforme. Ti spiegherò i motivi per cui è fondamentale, ora più che mai, strutturare un piano di marketing e ti mostrerò le strategie che utilizzo ogni giorno per aumentare la visibilità delle strutture per cui lavoro, portando persino ad un aumento del fatturato, cosa quasi impensabile in ambito turistico nel 2020.

Un corso pratico con decine di esempi e suggerimenti immediatamente applicabili anche alla strategia social della tua struttura.

Data e orario: 19 aprile 2021, 10.30-12.30

Durata: 2 ore

4.2.3

CONVERSIONE

Ora che le OTA sono in difficoltà quali strategie adottare per convertire i nostri visitatori.

Impiegare tempo e sforzi per portare i clienti sul tuo sito web è solo metà della battaglia quando si tratta di aumentare le prenotazioni dirette. Migliaia di euro investiti in Google Ads, social media marketing, email marketing, annunci online di ogni tipo verrebbero sprecati se non invitassero l'utente a visitare un sito web che converte. Ma cosa vuol dire avere un sito che "converte"?

Con l'ascesa di OTA come Airbnb, visti i trend turistici del 2020, il marketing alberghiero ha bisogno di innovazione come mai prima d'ora. L'utente online desidera trovare un prodotto autentico: non un semplice portale online ma un sito accessibile che sia strutturato secondo tecniche di neuromarketing, dotato di contenuti accattivanti ed un design funzionale che rispecchi bene l'identità della struttura.

L'insieme di questi fattori, unito ad importanti azioni di marketing, contribuisce a fornire un'ottima user experience e quindi, non solo permette di attrarre visitatori ma li trasforma in ospiti che prenotano. L'aumento delle prenotazioni dirette è la chiave per il futuro della propria attività. Non è difficile capire il motivo: più gli albergatori spendono per il proprio marketing, meno soldi mettono nelle tasche dei loro partner di distribuzione come le OTA. La chiave per farlo è migliorare l'esperienza dell'utente e guidare il suo percorso online di prenotazione. Allora cosa deve avere il sito della tua struttura per guidare il processo decisionale ed indurre un potenziale cliente ad effettuare un'azione ben precisa di conversione? In questo corso spiegherò: Come è possibile ottimizzare un sito web per aumentare il tasso di conversione ottenendo quindi un maggiore ritorno sull'investimento dei tuoi sforzi di marketing. Come lavorare sulla user experience che è ciò che determina la differenza tra "navigare" e prenotare.

Data e orario: 26 aprile 2021, 10.30-12.30

Durata: 2 ore

4.2.4

PREVISIONE

Creare strategie basandosi sulle curve del passato

Partendo dall'analisi delle crisi economiche del passato, un percorso di oltre 100 anni, verrà posto l'accento sulle cadute e riprese dei mercati. Il tutto sarà comparato con la situazione attuale, così da poter capire dove ci troviamo ora e dove ci troveremo nel breve e medio termine.

Conoscere il passato per creare il futuro, il partecipante che seguirà questo corso avrà la possibilità di conoscere i più importanti trends e dati storici di sempre, per poter affrontare a viso alto la crisi in corso.

Data e orario: 3 maggio 2021, 10.30-12.30

Durata: 2 ore

Modalità di iscrizione

Le iscrizioni ai corsi smart.Ebt saranno aperte a partire dalle ore 9.00 del 29 marzo 2021

Possono iscriversi ai corsi EBT tutti i dipendenti – fissi e stagionali – che hanno in busta paga la trattenuta a favore dell'Ente Bilaterale Turismo della provincia di Venezia e tutti i datori di lavoro che versano i contributi per i propri dipendenti.

Le iscrizioni ai corsi decorreranno dalle ore 9.00 del giorno di apertura e si susseguiranno in ordine cronologico crescente fino ad esaurimento dei posti disponibili. Le iscrizioni pervenute prima dell'apertura non saranno ritenute valide.

Ciascun associato potrà iscriversi ad un massimo di **n. 6 corsi**. Superato il numero massimo dei posti disponibili definiti per ogni corso, i corsisti saranno iscritti in lista d'attesa.

Le richieste di iscrizioni fino ad un massimo di ulteriori n.6 corsi, pervenute da coloro che hanno superato il limite di 6 corsi, potranno eventualmente essere prese in considerazione qualora, esaurite le liste di attesa e raggiunto il numero minimo di partecipanti utile all'avvio del corso, rimanessero dei posti disponibili.

I corsi si avvieranno al raggiungimento del numero minimo di partecipanti previsto.

Modalità di svolgimento dei corsi

I corsi si svolgeranno in modalità **online in diretta** su piattaforma GoToMeeting, Meet o Skype.

Per partecipare è necessario avere un indirizzo e-mail, che il corsista indicherà nella scheda di iscrizione e al quale verranno inviate tutte le comunicazioni relative al corso: conferma di iscrizione, link e modalità di accesso, attestato di frequenza.

Ogni corsista sarà contattato da EBT via email qualche giorno prima dell'avvio del corso per richiedere conferma della partecipazione. Se il corsista non conferma la sua partecipazione, non potrà accedere alla lezione online.

In caso di impossibilità a partecipare, è necessario avvisare EBT almeno tre giorni lavorativi prima di inizio corso.

L'invito a partecipare al corso online è strettamente personale e non condivisibile con altri. Durante il corso verrà verificato il registro degli iscritti e la relativa frequenza ai fini del rilascio dell'attestato.

smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE

SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

Per effettuare l'iscrizione:

1

COMPILA IL MODULO D'**ISCRIZIONE ONLINE** NEL SITO www.ebt.ve.it
(opzione preferibile)

2

OPPURE SCARICA IL MODULO,
COMPILALO E INVIALO FIRMATO VIA EMAIL ALL'INDIRIZZO formazione@ebt.ve.it





Ente Bilaterale Turismo
della provincia di Venezia

Ente Bilaterale Turismo della Provincia di Venezia

c/o VEGA Parco Scientifico e Tecnologico
Via delle Industrie 19/c/23
30175 Venezia Marghera
tel. 041 5093133 – 3037 – 3041 - 3034 Fax 041 5093085
e-mail: info@ebt.ve.it

Viale Ancona 9
30172 Venezia Mestre
tel. 041 5321253 Fax 041 5314723
e-mail: info@ebtprovinciavenezia.it

www.ebt.ve.it

