

INNOVATION DESIGN FOR TOURISM

ANCORA POCHI GIORNI PER RISPONDERE ALLA CALL RIVOLTA A STARTUP E PROGETTI DI IMPRESA

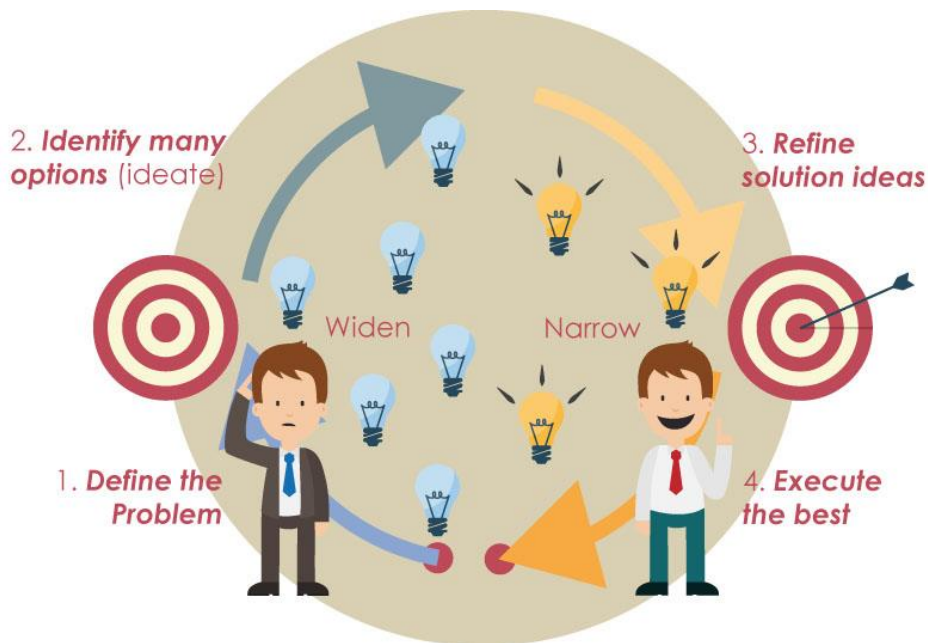
Rimini Tourism Innovation Square, insieme al **venture incubator M31**, lancia la sua prima call per startup e progetti d'impresa.

Obiettivo:

favorire il matching tra bisogni reali e idee innovative, premiando le migliori startup che saranno in grado di rispondere alle necessità espresse dagli operatori del settore alberghiero e dell'intermediazione.

Cos'è Innovation Design for Tourism:

Innovation Design for Tourism (IDT) è il programma ideato da Rimini Tourism **Innovation Square**, **M31** e **TTGNext** che **unisce turismo e innovazione** ad altissimo livello e applica per la prima volta al comparto turistico il metodo del Design Thinking.



Gli incontri di Ottobre 2015: albergatori ed operatori dell'intermediazione si sono riuniti durante **TTG Next 2015**, la più importante Fiera Internazionale del Turismo italiana, per individuare le problematiche del proprio settore.

A che punto siamo: raccolta di proposte e soluzioni concrete provenienti dall'ecosistema dell'Innovazione attraverso una call a startup e progetti di impresa.

L'evento finale: si terrà il 25 febbraio 2016 il matching tra operatori, investitori e le soluzioni candidate.



PERCHE' INNOVATION DESIGN FOR TOURISM E' UNA VERA OCCASIONE PER LA TUA STARTUP?

1. Perché le imprese del settore sono in attesa di conoscere la tua soluzione al loro problema:

I 1000 operatori con cui IDT ha relazioni hanno espresso chiaramente i loro problemi aziendali **non ancora risolti** e attendono l'occasione per ascoltare e discutere con te delle soluzioni innovative che presenterai durante il matching.

2. Perché è un'occasione unica di matching tra la tua soluzione e le esigenze reali delle imprese di settore

Per i progetti selezionati il format di **matching** prevede:

- Incontri di affinamento dell'idea con il team di M31
- La partecipazione allo showcase event del 25 Febbraio 2016 con operatori ed investitori
- Approfondimento verticale sul progetto con incontri One-to-One

Inoltre, tutte le startup selezionate resteranno nella rete di Rimini Tourism Innovation Square, di M31 e di di TTG Next per amplificare ulteriormente le occasioni di business.

3. Perché per 6 mesi la tua idea potrà incontrare il più ampio tessuto di operatori e di investitori

Alle soluzioni che riscuoteranno maggiore successo sarà offerta la possibilità di testare e continuare a promuovere la propria idea di impresa all'interno dell'ecosistema di Rimini Tourism Innovation Square, la piazza dell'innovazione turistica di Rimini che offre servizi di coworking e incubazione di impresa, in collaborazione con il venture incubator M31 Padova che mette a disposizione le più qualificate competenze tecniche in tema di innovazione e startup di impresa e la sua ampia rete di relazioni.

Infatti, alle migliori startup saranno offerti 6 mesi di permanenza all'interno del coworking di Rimini Tourism Innovation Square.

4. Perché Rimini è terra di innovazione

La Riviera di Rimini, con 3 milioni di arrivi, 16 milioni di presenze e un'offerta ricettiva tra le più importanti di Italia (2641 strutture ricettive per un totale di 170.428 posti letto) rappresenta uno dei luoghi più frequentati d'Italia e d'Europa.

Rimini, con il suo modello turistico, ha però la piena consapevolezza che, nonostante la crescita del settore a scala globale, la strada da imboccare sia quella dell'innovazione e grazie alle numerose iniziative avviate sul territorio, si candida a diventare luogo di riferimento e di attrazione per competenze, risorse umane e investitori provenienti da tutto il mondo capaci di dare vita a nuove imprese nel settore turistico di carattere nazionale e internazionale.



Tale consapevolezza è ampiamente diffusa anche tra i numerosissimi operatori del settore turistico che fanno di Rimini un terreno dinamico e fertile per avviare la sperimentazione di nuove imprese e prodotti turistici, di beni e servizi altamente creativi e innovativi per il turismo, locale e globale.

5. Perché Innovation Design for Tourism garantisce la riservatezza della tua idea

A tutte le startup e ai progetti di impresa è garantita la massima riservatezza in merito alle idee e alle informazioni che saranno raccolte durante le diverse fasi di Innovation Design for Tourism e che riguardano la propria idea di business. Rimini Tourism Innovation Square e M31 si impegnano a non divulgare al di fuori del progetto e a non utilizzare per scopi propri le idee d'impresa candidate.

IL BANDO

Art.1

Le startup e i progetti di imprese potranno candidarsi per una o più soluzioni.

Art.2

Aree di Innovazione richieste dal bando

Le aree in cui si demanda all'innovazione per il settore alberghiero sono:

1) Controllo e gestione del processo/attività delle risorse umane.

Problema. Mancanza di strumenti e attività che permettano la selezione di personale qualificato. Mancanza di percorsi formativi per la creazione di una professionalità di settore riconosciuta e certificata.

Nel particolare, si necessita di soluzioni che 1) aiutino la gestione delle attività di assunzione di personale qualificato nelle fasi che vanno dalla raccolta delle candidature, all'intervista ai *feedback* di chiusura del profilo; 2) gestiscano i percorsi formativi del personale; 3) definiscano e gestiscano meccanismi di incentivazione; 4) snelliscano le attività di *backoffice* (ad esempio la gestione dei documenti degli ospiti e successivo invio in questura); 5) permettano una gestione più facile ed automatica dei *social network*.

2) Sistemi di *intelligence* sui comportamenti dei clienti per migliorare il contatto

Problema. Mancanza di conoscenza dei comportamenti della clientela in fase di ricerca e selezione di una offerta turistica.

Nel particolare, si necessita di soluzioni che: 1) supportino il processo di conversione delle richieste di preventivo in prenotazioni; 2) permettano di creare una gerarchia di priorità delle richieste; 3) permettano di monitorare il percorso dei clienti sulle pagine del sito e il percorso effettuato sul web; 4) permettano di profilare le richieste per *target*, periodo e motivazione; 5) consentano di valutare il ritorno sugli investimenti (ROI) nelle campagne pubblicitarie e nella comunicazione sul web.

3) Protezione e valorizzazione della reputazione

Problema. Mancanza di strumenti per gestire a brand reputation in un mercato non regolamentato come quello turistico.

Nel particolare, si necessita di soluzioni che: 1) consentano di monitorare i *feedback* dei clienti e attivare eventuali azioni correttive in caso di commenti negativi; 2) permettano di creare una piattaforma di *feedback* semplice e immediata per intrattenere il cliente; 3) permettano di tracciare e condividere la reputazione *online* del cliente.

4) Gestione in *real time* dei prezzi in relazione ai costi della struttura

Problema. Mancanza di strumenti di *decision making* che leghino i costi dell'operatività alberghiera alle dinamiche commerciali.

Nel particolare, si necessita di soluzioni che: 1) permettano di applicare offerte e scontistiche in modo rapido ed efficace valutando diverse variabili, dai costi di struttura alla variabilità della domanda in un preciso momento; 2) permettano di avviare l'integrazione con i software aziendali; 3) consentano di diminuire i tempi di intervento dell'operatore in risposta alle *email*; 4) permettano l'allocazione dei costi indiretti delle strutture (magazzino e risorse umane).

5) Soluzioni per la differenziazione dell'offerta commerciale

Problema. Difficoltà da parte degli albergatori di creare un'offerta commerciale che sia in linea con le richieste dei propri profili di clientela.

Nel particolare, si necessita di soluzioni che: 1) eseguano la profilazione del cliente al fine di proporre offerte adeguate; 2) permettano di definire offerte di servizi e pacchetti direttamente a partire dalle esigenze dell'ospite; 3) forniscano al cliente informazioni aggiornate su eventi e percorsi culturali nel territorio circostante.

6) Soluzioni per la *security fisica e cyber-security*

Problema. Aumento della necessità di sicurezza fisica e tecnologica da parte della clientela e ricerca di soluzioni in tal senso da parte degli albergatori come elemento differenziante la propria offerta.

Nel particolare, si necessita di soluzioni di domotica e informatica applicata a tutta la sicurezza in albergo.

7) Soluzione per copertura wifi performante

Problema. Problema nella gestione dei picchi di connessioni di device alla rete internet: nei periodi di maggior affluenza turistica il cliente riscontra un calo di prestazioni della banda.

Nel particolare, si necessita di soluzioni tecnologiche per aumentare la banda, fattore critico soprattutto nei periodi di picco delle presenze.

Le aree in cui si demanda l'innovazione, per il settore della intermediazione turistica, sono:

1) Iniziative per la formazione del personale e dei clienti

Problema. Mancanza di percorsi formativi per la creazione di una professionalità di settore riconosciuta e certificata. Mancanza di iniziative volte all'informazione e formazione del cliente.

Nel particolare, si necessita di soluzioni come: 1) una piattaforma di *e-learning* relativa alle *Travel Agency* suddivisa per settore e tipologia di utenza e livelli dei corsi e temi; 2) strumenti innovativi per la formazione del personale delle agenzie di viaggio.

2) Strumenti per agevolare la comunicazione tra colleghi e B2B

Problema. Difficoltà nella comunicazione tra colleghi all'interno delle organizzazioni e/o tra organizzazioni partner (B2B) con impatto sulla condivisione delle informazioni e conseguente percezione negativa del servizio offerta da parte della clientela finale.

Nel particolare, si necessita di soluzioni che 1) permettano di snellire e rendere più immediata la comunicazione tra colleghi; 2) creino e gestiscano la connessione B2B tra fornitore e *retailer* con miglioramento del *data entry* di informazione sulle offerte commerciali.

3) Strumenti/canali per aumentare il traffico nel sito internet

Problema. Difficoltà nel gestire azioni che aumentino il traffico del proprio sito internet e la conversione delle visite in acquisti dei pacchetti turistici presentati all'interno del sito.

Nel particolare, si necessita di soluzioni che: 1) permettano la creazione di una *community* di formazione con logica di *membership*; 2) introducano strumenti per catturare l'attenzione dei clienti online nel momento più opportuno.

4) Strumenti per aumentare la conoscenza delle soluzioni tecnologiche a supporto del marketing e della comunicazione

Problema. Mancanza di conoscenza degli strumenti di marketing a disposizione del comparto turistico: necessità di avere strumenti che riuniscano le soluzioni presenti sul mercato e che aiutino gli operatori turistici alla scelta degli stessi in funzione delle proprie esigenze.

Nel particolare, si necessita di soluzioni che mettano in contatto operatori del settore con esperti di marketing e comunicazione.

L'invito a partecipare è rivolto a tutte quelle *startup*, PMI, studenti del settore turistico e singoli potenziali imprenditori che sentono di poter produrre un progetto in grado di soddisfare i bisogni sopra descritti.

La scadenza del bando è prevista per il **31 gennaio 2016**.

La premiazione avverrà a **Febbraio con un evento finale di presentazione** presso Rimini Tourism Innovation Square preceduto da un matching con operatori e investitori.

Per Info: info@riminiinnovationsquare.com

Art.3

Come partecipare

Presentare il proprio progetto è semplice: compila ed invia il form. Alla scadenza del 31 Gennaio 2016, il nostro team tecnico di M31 si occuperà di valutare la tua proposta.



Art.4

Riservatezza dell'idea

A tutte le startup e ai progetti di impresa è garantita la massima riservatezza in merito alle idee e alle informazioni che saranno raccolte durante le diverse fasi di Innovation Design for Tourism e che riguardano la propria idea di business. Rimini Tourism Innovation Square e M31 si impegnano a non divulgare al di fuori del progetto e a non utilizzare per scopi propri le idee d'impresa candidatesi.