

# Quanto vale davvero un contatto?

---

Strategie e benchmark per il marketing turistico data-driven

White Paper by Studiowiki – Edizione 2025

## 1. Premessa strategica

Nel panorama digitale odierno, la generazione di contatti non è più una semplice metrica di performance. È l'inizio di un rapporto commerciale e narrativo che può portare un grande valore a lungo termine, a condizione che sia gestito con visione, metodo e strumenti. Questo white paper esplora le metriche, i modelli e le strategie per valorizzare ogni contatto acquisito in ambito turistico.

## 2. Dal contatto alla conversione: il ciclo di vita di un lead turistico

Il funnel turistico moderno si articola in più fasi: awareness, interesse, decisione e fidelizzazione. Ogni contatto genera opportunità solo se inserito in un percorso strutturato di comunicazione, offerta e relazione. Le metriche da monitorare: CPL (costo per lead), CAC (costo per cliente acquisito), CLTV (valore del cliente nel tempo) e ROAS (ritorno sull'investimento pubblicitario).

## 3. I tre modelli di destinazione: mare, short break e montagna estiva

Analizziamo tre destinazioni tipo con relative strategie e risultati attesi:

- Mare (Finale Ligure / Varazze): famiglie e coppie italiane e nordeuropee; pacchetti weekend, outdoor e spiaggia; CPL 1,20 EUR; ROAS 14x.
- Short Break (Modena / Ravenna): target culturale e foodie; visite guidate, pernottamenti e degustazioni; CPL 1,50 EUR; ROAS 7,3x.
- Montagna estiva (Valle Soana): target slow e trekking; soggiorni brevi e natura; CPL 1,80 EUR; ROAS 4,2x.

## 4. Strategie avanzate per moltiplicare il valore di un contatto

Attraverso tecniche di segmentazione, tag, marketing automation e lead scoring, è possibile valorizzare ogni contatto nel tempo. La costruzione di pubblici simili e l'integrazione tra advertising, email marketing e contenuti editoriali permette di trasformare un semplice lead in un ambassador della destinazione.

## 5. Caso studio reale (anonimizzato)

Campagna per una destinazione ligure (anonimizzata):

- Periodo: maggio-giugno

- CPL medio: 1,10 EUR
- Tasso di prenotazione: 5,5%
- Valore medio della prenotazione: 265 EUR
- ROAS calcolato: 13x

Strategia: contenuti video, lead form nativi, CRM con email personalizzate e flusso automatizzato post-lead.

## **6. Checklist operativa**

- ✓ Hai definito il target specifico per la tua campagna?
- ✓ Il copy è coerente con l'offerta e il pubblico?
- ✓ Usi strumenti di automazione per gestire il contatto?
- ✓ Misuri CPL, CAC e ROAS in modo continuativo?
- ✓ Hai contenuti verticali post-campagna per fidelizzare?

## **7. Contattaci per attivare il tuo funnel turistico**

Studiowiki è il partner strategico per trasformare contatti in viaggiatori, viaggiatori in clienti e clienti in ambassador. Contattaci per una consulenza gratuita e scopri come attivare un funnel personalizzato per la tua destinazione.