



# HOSPITALITY STAGING FORMULA



## MERCATO, OPPORTUNITÀ E STRATEGIA

### ► Il contesto e il mercato

Laura Vimercati

- ❖ Comprendere il settore extra-alberghiero per posizionarsi con consapevolezza

Panoramica sull'evoluzione degli affitti brevi

### ► Le diverse tipologie di strutture

Laura Vimercati

- ❖ Come cambia l'approccio tra città d'arte, destinazioni vacanza e business

Analisi delle esigenze specifiche per target e destinazioni diverse.

### ► I player del mercato e gli attori coinvolti

Laura Vimercati

- ❖ Conoscere chi opera nel settore per trovare il proprio posizionamento

OTA (Online Travel Agencies): Airbnb, Booking, Vrbo

### **Property manager e società di gestione ANTONELLA BRUGNOLA**

Agenzie immobiliari che trattano affitti brevi

Investitori e piccoli proprietari che vogliono ottimizzare i propri immobili

Portali di intermediazione e canali di comunicazione (es. Idealista, Holidu, etc.)

pausa pranzo

### ► Campi di applicazione e vantaggi

Sabrina Baronio

- ❖ Dove può intervenire lo staging e quali benefici crea per il mercato

Hotel, B&B, appartamenti, agriturismi: scenari e opportunità concrete.

### ► Il ruolo del professionista dell'Hospitality Staging

Sabrina Baronio

- ❖ Un approccio multidisciplinare tra marketing, design e strategia

Chi è l'esperto dell'hospitality staging e quali competenze sviluppare.

### ► I guest e le loro esigenze

Georgia Lo Iacono

- ❖ Target, bisogni e aspettative: la guest experience inizia dalla progettazione

Identificazione del cliente ideale e come soddisfarne le esigenze attraverso lo staging.

## GIORNATA 2

## PROGETTAZIONE, STYLING E IDENTITÀ

### ► Analisi e posizionamento della struttura

Sabrina Baronio

- ❖ Come leggere il contesto e trasformarlo in progetto strategico

Studio della location, della concorrenza e del posizionamento nel mercato.

### ► Identità visiva e concept progettuale

Georgia Lo Iacono

- ❖ Dare personalità alla struttura attraverso lo story telling.

Come definire un'identità riconoscibile e attraente per il target scelto.

### ► Moodboard e strumenti per crearla

Georgia Lo Iacono

- ❖ Dall'idea alla visione: comunicare il progetto prima della realizzazione.

Strumenti per costruire una moodboard efficace.

### ► Esercitazione: crea la moodboard per un progetto di home staging turistico

pausa pranzo

### ► Esercitazione: crea la moodboard per un progetto di home staging turistico

### ► Styling, relooking, restyling

Laura Vimercati

- ❖ Tre livelli di intervento per valorizzare senza stravolgere

Differenze operative e quando applicarli in base a budget e obiettivi.

### ► Budget e risorse

Laura Vimercati

- ❖ Gestire i costi per massimizzare il valore percepito

Definizione del budget, ottimizzazione risorse e priorità di intervento.



# HOSPITALITY STAGING FORMULA



## GIORNATA 3

### METODO, STRUMENTI, TEAM E COMUNICAZIONE VISIVA

#### ► Metodo di lavoro | sopralluogo e valutazioni preliminari

*Muriel Plombin*

- ❖ Uno schema chiaro per lavorare in modo professionale ed efficace

Dal sopralluogo al preventivo: ogni fase ha un processo e strumenti precisi.

#### ► Metodo di lavoro | progetta le zone esperienziali

*Georgia Lo Iacono*

- ❖ Uno schema chiaro per tenere conto di tutti gli elementi necessari per allestire uno spazio

Ogni angolo merita attenzione: guida semplice per non tralasciare nulla

#### ► Pacchetti e servizi

*Sabrina Baronio*

- ❖ Come proporre e vendere le proprie competenze in modo chiaro e strutturato

Dalla consulenza iniziale al coordinamento completo del progetto.

#### ► Personal shopper, home book e servizi extra

*Georgia Lo Iacono*

- ❖ Dettagli che trasformano un soggiorno in un'esperienza memorabile

Servizi di valore per il cliente e di differenziazione per il professionista.

pausa pranzo

#### ► Preventivo e tariffe

*Laura Vimercati*

- ❖ Strutturare un'offerta chiara, sostenibile e professionale

Creare preventivi chiari e completi, valorizzando ogni servizio, per instaurare fiducia e dialogo autorevole con il cliente.

#### ► Il team e i fornitori LAURA

*Laura Vimercati*

- ❖ Costruire una rete affidabile per dare concretezza al progetto

Artigiani, fotografi, manutentori, property manager: ruoli e sinergie.

#### ► ESERCITAZIONE

*TUTTI*

- ❖ Analisi dei lavori dei corsisti

## GIORNATA 4

### HOSPITALITY INCLUSIVO E STRATEGIA A LUNGO TERMINE

#### ► Costruzione della propria strategia professionale

*Fabrizio Filigheddu*

- ❖ Darsi una direzione, scegliere un modello, pianificare la crescita

Analisi di mercato, posizionamento, servizi, piano d'azione nel tempo.

#### ► Domande Risposte

pausa pranzo

#### ► Cos'è l'Hospitality Staging inclusivo

*Sabrina Baronio*

- ❖ Accoglienza consapevole per un'ospitalità davvero aperta a tutti

Principi e valore dell'inclusività nel progetto di ospitalità.

#### ► Progettare per tutti

*Sabrina Baronio*

- ❖ Piccoli accorgimenti che migliorano l'esperienza di ogni ospite

Soluzioni funzionali, estetiche e accessibili per una struttura più accogliente.

#### ► Comunicazione e linguaggio inclusivo

*Sabrina Baronio*

- ❖ Come raccontare l'inclusività nel modo corretto e coerente

Dal testo dell'annuncio alle istruzioni in struttura, tutto comunica.

#### ► Valore etico e posizionamento strategico

*Sabrina Baronio*

- ❖ Essere inclusivi non è solo giusto: è anche una leva di differenziazione

Come distinguersi e acquisire reputazione attraverso la sensibilità progettuale.

#### ► Esercitazioni: revisione finale

# HOSPITALITY STAGING FORMULA



Per esigenze organizzative, alcuni argomenti potranno essere collocati in giornate diverse rispetto alla pianificazione iniziale.

Le **prime quattro giornate** di corso si svolgeranno in modalità sincrona su piattaforma ZOOM con i seguenti orari (**6h** + pausa pranzo)

- 8:45** connessione dei partecipanti e saluti
- 9:00** avvio delle attività AM
- 12:30** pausa pranzo 1h
- 13:30** avvio delle attività PM
- 16:00** chiusura attività

La **giornata sul campo STAGING DAY** si svolgerà a Varese presso il magazzino / show room di una Home Stager professionista con i seguenti orari (**6h** con pausa pranzo)

- 10:00** arrivo e benvenuto
- 10:30** avvio delle attività AM
- 13:00** pausa pranzo 45'
- 13:45** avvio delle attività PM
- 16:30** chiusura lavori