

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.

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