

Time2Marketing

Il turismo viaggia in rete

La struttura si è focalizzata su un settore in continua crescita sul web

Nata da poco più di un anno, **Time2Marketing** (www.time2marketing.com), è una realtà padovana specializzata

nel web marketing che si è già distinta per essere un'azienda attiva e dinamica, capace di focalizzarsi in un settore dove la rete continua a crescere: il turismo. Guidata da **Nicola Grassetto**, che lavora con i dieci dipendenti dell'azienda, Time2Marketing nel suo carnet ha già clienti come **Giannetti Hotels Group**, **Mmvest Miami**, **Zoppas Industries**, **Kempinski Ag** e il portale della città di Bibione (www.bibione.com). Ma anche piccole realtà, come campeggi e hotel, «non solo concentrate nel Nord Adriatico che è il nostro punto di forza, ma anche ad esempio in Sicilia», spiega il managing director Grassetto. Il tutto con un'attenzione particolare anche alle piccole e medie imprese. «Certamente anche per le piccole realtà internet è uno strumento importante, ma è sempre necessario valutare se la rete costituisce il mezzo giusto per raccogliere il proprio target. In questo senso spesso per il mercato del turismo è meglio legarsi a network o portali, piuttosto che agire in autonomia. Quello che cerchiamo di fare è di essere sempre sinceri con il cliente e guidarlo verso la soluzione che a lui conviene di più,



La home page del sito di Time2Marketing e quella del sito della città balneare di Bibione

perché non ha senso investire in pubblicità solo per il gusto di farlo», spiega Grassetto. In ogni caso quello del turismo resta un settore in cui esiste la consapevolezza che l'online è un media fondamentale nel mix. «Fatti salvi i capostipiti di questo settore, che sono partiti in tempi non sospetti - spiega Grassetto -, la percezione delle aziende rispetto alle potenzialità e alla validità dell'utilizzo della rete c'è ed è alta. E anche piccole realtà, come campeggi o hotel, già da molto tempo hanno applicazioni gestionali per le prenotazioni replicate su internet che permettono di controllare le disponibilità in tempo reale e di prenotare online. Il settore del turismo sta cambiando molto velocemente e anche il modo di fare marketing. A volte non ha senso andare da soli in rete ma è necessario entrare in partnership con i grandi portali del settore. E' però necessario pianificare con attenzione la propria presenza sul web. Soprattutto le strutture piccole possono trovare molto utile allearsi ai portali perché evitano di sostenere gli oneri di una

presenza impegnativa sul web».

Quello che appare certo è che Time2Marketing dopo poco più di un anno di attività vuole continuare a crescere sulle buone premesse che sono state già costruite. «Attualmente abbiamo una decina di dipendenti che lavorano sui progetti - spiega Grassetto - e il nostro parco clienti è di circa 140-150 realtà. Quello che ci interessa è continuare a fare bene come stiamo facendo, sviluppare strategie, applicazioni e servizi per i nostri clienti cercando di trarre il massimo vantaggio dalla nostra specializzazione come segmento di mercato. Perché vogliamo essere soprattutto credibili ed essere di vero aiuto ai nostri clienti».