

# TEAM DI PROGETTO



Comune di Modena



GIOVANNI BERTUGLI

Dirigente del Servizio Turismo  
e promozione della città  
Responsabile del progetto



PAOLA BONETTI

Funzionaria del Servizio  
Turismo e promozione della  
città - responsabile redazione



FRANCESCA SOFFICI

Referente per Modenatur  
Coordinatrice IAT Modena



ROBERTA ZANNA

Modenatur  
Redattore Visitmodena



LAURA MASTRI

Modenatur  
Operatore IAT



CLAUDIO FORGHIERI

Responsabile Servizio  
Comunicazione del Comune di  
Modena



FABIO MIROTTI

Servizio Comunicazione del  
Comune di Modena



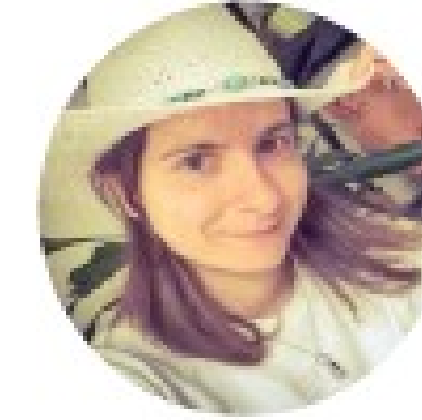
LAURA SEIDENARI

Servizio Comunicazione del  
Comune di Modena



MASSIMO AZZOLINI

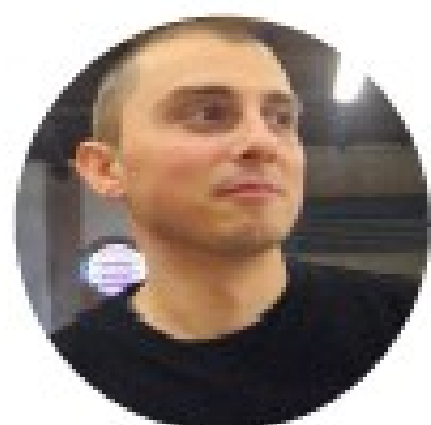
Agile/Business Specialist,  
Service Designer



IRENE CAPATTI

UI/UX Specialist,  
Digital & Service Designer

# TEAM DI SVILUPPO



STEFANO MARCHETTI

CEO &  
business strategist



GIULIA GHISINI

Front-end developer



ANDREA BAGLIONI

Project manager



Comune di Modena



GIOVANNI BERTUGLI

Dirigente del Servizio Turismo  
e promozione della città  
Responsabile del progetto



PAOLA BONETTI

Funzionaria del Servizio  
Turismo e promozione della  
città - responsabile redazione



FRANCESCA SOFFICI

Referente per Modenatur  
Coordinatrice IAT Modena



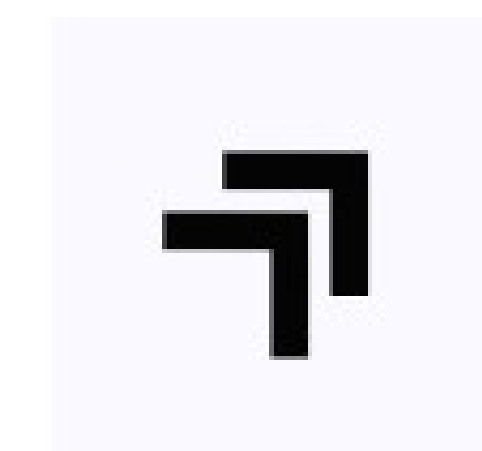
ROBERTA ZANNA

Modenatur  
Redattore Visitmodena



STEFANIA FREGNI

Copy writer



FOTOGRAFI  
NACCHIO BROTHERS  
MEDIA & PHOTOGRAPY

# **PORTATORI di conoscenze**

**Conoscenza delle  
tecniche metodi e  
strumenti per  
pianificare  
prodotti e servizi  
innovativi su  
misura**

**Conoscenza  
degli  
obiettivi  
strategici  
generali , dei  
limiti  
istituzionali,  
degli  
equilibri di  
contesto**

**Conoscenza  
delle richieste  
ed esigenze del  
turista**

**Conoscenza della  
gestione dei Sito, del  
rapporto con i fornitori  
dei dati, dei rapporto  
coi navigatori delle  
dinamiche di  
comunicazione da... e  
a.....**

**Conoscenza del  
mercato e delle  
strategie di  
commercializzazione,  
del mondo degli  
operatori turistici, delle  
dinamiche della ricerca  
ed acquisto della  
destinazione , dei  
prodotti**



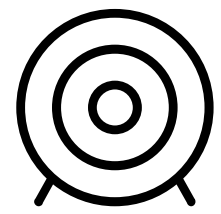


# LE EVIDENZE DI PROGETTAZIONE

3 incontri che ci hanno permesso di **raccogliere informazioni** su vari fronti grazie ad un team con competenze di dominio, esperienze e obiettivi lavorativi differenti.

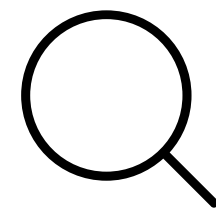
# Il nuovo SITO

## User Centered Design



### Discovery

Definizione e condivisione degli obiettivi di business e di progetto



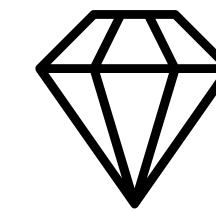
### Research

Comprensione dell'esperienza d'uso e dei bisogni degli utenti.  
Realizzazione delle personas



### Concept

Definizione della strategia e delle linee guida per la progettazione del nuovo servizio



### Design & DEPLOY

Prototipazione e sviluppo della soluzione (wireframe, layout grafici, CMS)



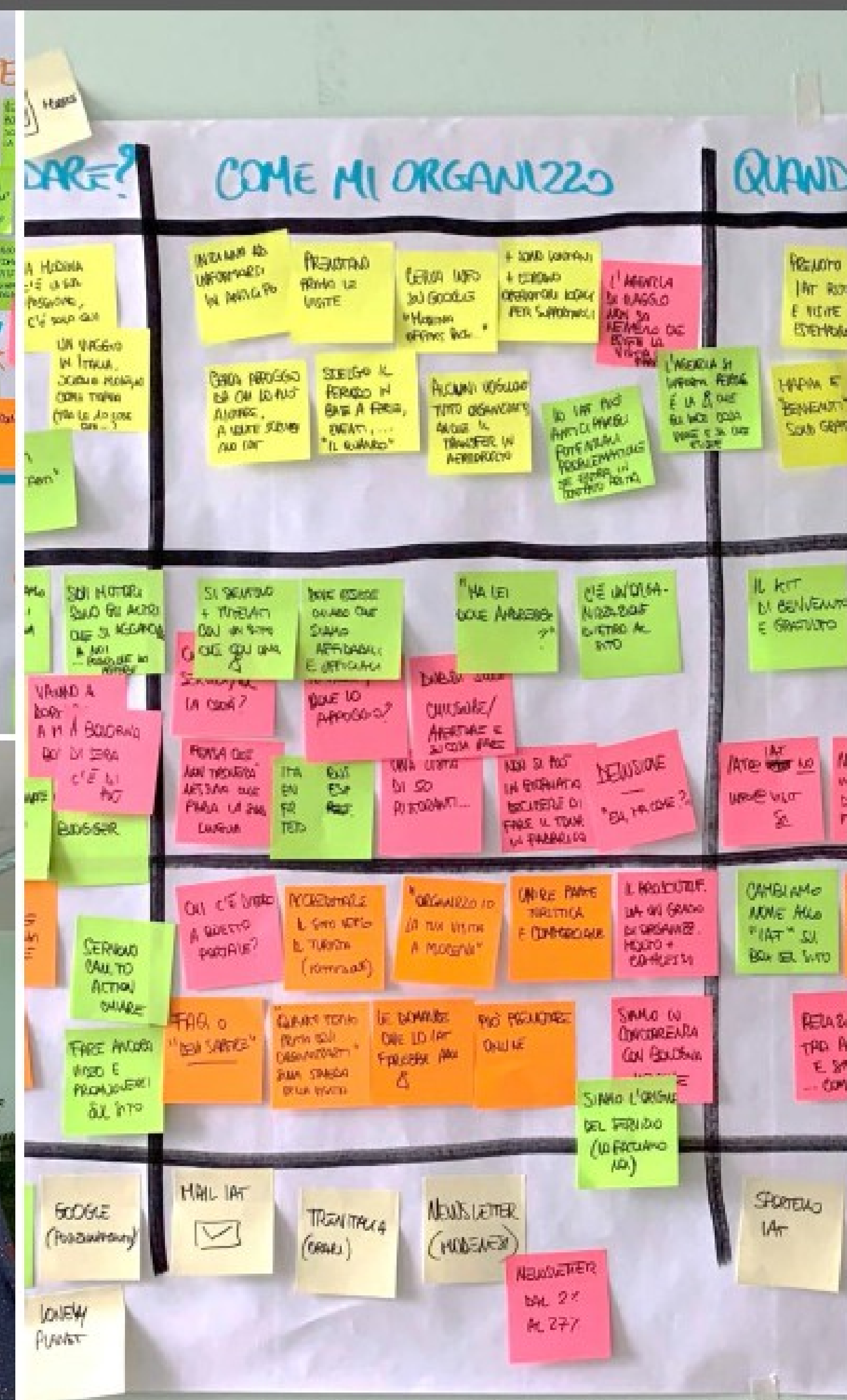
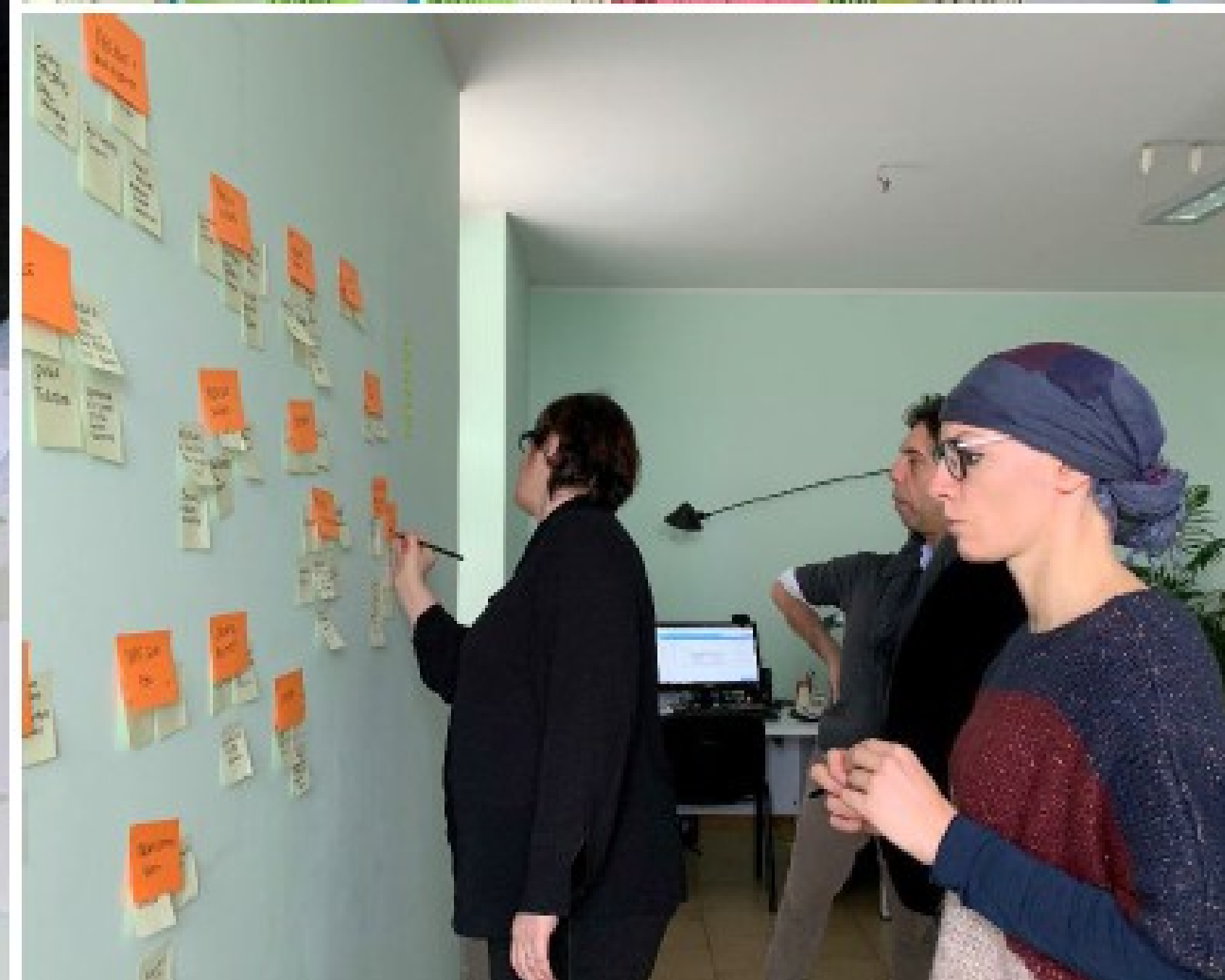
### Evolution

Nuove integrazioni di servizi e applicativi, valutazione misure e KPI per sviluppi evolutivi

# Obiettivi di progetto

Il primo elemento raccolto è stato l'insieme degli obiettivi di progetto, quali criticità affrontare e quali opportunità sostenere. Abbiamo identificato i principali da perseguire distinti da altri che sono funzionali, organizzativi, tecnici, ma tutti necessari per raggiungere i primari.









# personas

L'approccio utilizzato è **user-centered**, quindi abbiamo cercato di capire in primis quali sono i target di riferimento e quindi quali sono i loro bisogni.

Il tempo a disposizione non si è rivelato sufficiente per delineare tutte le personas con il dettaglio e l'ampiezza necessari.

Abbiamo raccolto:

- la profilazione di **due personas**
- **scenari reali** vissuti dalle persone che visitano Modena (da cui è possibile desumere bisogni)

# E POSSO ANDARE?

# COME MI ORGANIZZO

# QUANDO ARRIVO E VISITO MODENA

# TORNATO A CASA...

## COSA FA - OBIETTIVI

## VISIT MODENA

## ALTRI TOUCHPOINTS

VUOLE REGALARE UN VIAGGIO AL MARIPO  
 MODENA NON È META UNICA DEL VIAGGIO  
 A MODENA C'È LA SUA PASSIONE, C'È SOLO QUI  
 UN VIAGGIO IN ITALIA, OGNI MOLE, COME TAPPA (TRA LE 10 COSE CHE...)  
 RICERCA DI SONDARE UNA POSIZIONE → REMPLAZIA UN SOGNO  
 CONNOVERE LA FAMIGLIA O UN GRUPPO, QUASI MAI DA SOLI  
 UN EVENTO NEGA CITTÀ VICINA "HO TEMPO, COSA FACCI?"  
 UNA TAPPA SUI STRADA SO-MI  
 TURISTI "BENESTANI"

INIZIAMO AD INFORMARSI IN ANTICIPA  
 PRENOTANO PRIMA LE VISITE  
 CERCA INFO SU GOOGLE "MODENA OFFERS BACK"  
 + SONO UMANI + CERCO OPERATORI LOCALI PER SUPPORTARLI  
 L'AGENZIA DI VIAGGI NON SA NEMMENO CHE ESISTE LA VISITA  
 CERCA AROGGIO DA CHI LO PUÒ AIUTARE, A VOLTE SCRIVE SU IAT  
 SCELGO IL PERIODO IN BASE A FERIE, EVENTI, ... "IL QUANDO"  
 ALCUNI VOGLIO TUTTO ORGANIZZATO, ANCHE IL TRANSFER IN AEROPORTO  
 LO IAT PUÒ ANTICIPARE I POTENZIALI PROBLEMMATICHE SE ENTRA IN CONTATTO PRIMA  
 L'AGENZIA SI INFORMA PERCHÉ È LA Δ CHE GUARDA COSA VIENE E SA CHE ESISTE

PRENOTO ALO IAT RISTORANTI E VISITE ESTERORANE  
 VA ALO IAT PER INFORMAZIONI  
 AL CHIOSCO DELLE FS MI DICONO DI ANDARE ALO IAT  
 VISITA AD AGETIA, CAFFICIO, SITI UNESCO  
 ACQUISTO PRODOTTI TIRCI DA REGALARE AGLI AMICI  
 MAPPA E "BENVENUTI" SONO GRATIS?  
 ESPERIENZE IN CITTÀ, PRANZO E CORSO DI CUCINA  
 LA CENA A DIE PERSONALIZZATA PER TUO MARITO  
 VISITA MOTORI, TEST DRIVE  
 COMPRO I REGALINI

DISTRIBUISCO I REGALI A AMICI E PREZATI  
 NE PARLO AGLI AMICI  
 FACCO VERE LE FOTO

LAST MINUTE ANCHE ESPERIENZE LEGATE AL FOOD  
 MODENA È COMODA E IN MEDIO ALTA REGIONE  
 EMILIA-ROMAGNA È IL CONTENITORE  
 CI ASSANCIAMO AI TEMATICI PRODOTTI CUNA RER  
 SONO MOTORI SOLO GLI ALTRI CHE SI ASSANCIANO A NOI... POSSIBILE DI POTERE  
 SI SENTONO + TUTELATI CON UN SITO CHE CON UNA Δ  
 DEVE ESSERE CHIARO CHE SIAMO AFFIDABILI E UFFICIALI  
 "MA LEI DOVE ANDRESSE?"  
 C'È UN'ORGANIZZAZIONE DIETRO AL SITO  
 QUALCUNO CHE MI DICA COSA POSSO FARE  
 CUMA CALDO IN ESTATE  
 PREZZI SEMPRE SOSTENUTI (SOGGIORNO)  
 È ANCORA UN TURISMO DI LAVORO → IN SETTIMANA (+66)  
 VANNO A BORG A M A BOLOGNA BOI DI SERA C'È DI PUT  
 BLOGGER  
 POSSO ARRIVARE COMODA LA MATTINA "PRESTO"  
 OFFERTE GRATUITE (VISITA ALLA GALERIA LA PRIMA DOM)

IL KIT DI BENVENUTO E GRATUITO  
 ORGANIZZARSI IL TOUR PROPOSTO DALLO IAT SULL'APP  
 RICOPRIRE IL VECCHIO CHIOSCO IAT CON UN NUOVO VERTITO  
 LO IAT (PERSONE) AIUTA  
 LO IAT È SEMPRE APERTO  
 SI SENTONO + TUTELATI CON UN SITO CHE CON UNA Δ  
 DEVE ESSERE CHIARO CHE SIAMO AFFIDABILI E UFFICIALI  
 "MA LEI DOVE ANDRESSE?"  
 C'È UN'ORGANIZZAZIONE DIETRO AL SITO  
 DOBBIAMO CHIUDERE/APERIRE E SU COSA FARE  
 NON SI PUÒ IN GIORNATA DECIDERE DI FARE IL TOUR IN FABBRICA  
 DEUSIONE "EHI, MA COME?"  
 PENSARE CHE NON TROVERA NESSUNO CHE PARLA LA SUA LINGUA  
 ITA EN FR TED  
 UNA LISTA DI SO RISTORANTI...

IL KIT DI BENVENUTO E GRATUITO  
 ORGANIZZARSI IL TOUR PROPOSTO DALLO IAT SULL'APP  
 RICOPRIRE IL VECCHIO CHIOSCO IAT CON UN NUOVO VERTITO  
 LO IAT (PERSONE) AIUTA  
 LO IAT È SEMPRE APERTO  
 IATE IAT NO INFO VISIT S  
 NON CI SONO INDICAZIONI DELLA SETTE IAT IN GIRO PER LA CITTÀ  
 È DOMENICA, NON HO PRENOTAZIONE, NON TROVO POSTO PER MANGIARE  
 WHATSAPP BUSINESS DELLO IAT  
 È DIFFICILE RI CONTATTARE TURISTI OCCASIONALI

RITORNERANNO PERCHÉ HANNO SCOPERTO UNA CITTÀ E AVENDO POCO TEMPO  
 SE SONO DEUSO MI LAMENTO  
 UN POST SU UN SOCIAL, UN #  
 DOBBIAMO SAPERE CHI SONO PER RICONTATTARLI  
 RACCONTARE O PER RACCONTARE LE ESPERIENZE VISITE  
 CHIENAMO ALLA A LA POTER CONDIVIDERE LA SUA STORIA E AVERE QUALCUNO FOTO

PERCORSI/ESPERIENZE UNICHE REALIZZATE SU MISURA  
 ESCLUSIVITÀ COME DESTINAZIONE PER CERTE OFFERTE  
 LA LANDING È GIÀ UNA PROPOSTA ORGANIZZATA  
 LANDING TEMATICI LAFT-MINUT  
 DALLA LANDING ALL'ORGANIZZAZIONE DEL VIAGGIO  
 OFFERTE UNICHE CHE NON TROVA DA ALTRE PARTI  
 SERVIZIO CALL TO ACTION CHIARE  
 FARE ANCORA VIDEO E PROMUOVERLI SUL SITO  
 CHI C'È DIETRO A QUESTO PORTALE?  
 ACCREDITARE IL SITO VERSO IL TURISTA (ISTITUZIALE)  
 "ORGANIZZO IO LA TUA VISITA A MODENA"  
 ANRE PARTE TURISTICA E COMMERCIALE  
 IL PRODOTTORE HA UN GRADO DI ORGANIZAZIONE MOLTO + COMPLESSO  
 CAMBIAMO NOME ALLO "IAT" SUL BOX DEL SITO  
 LO IAT CONSIGLIA DI FARE QUALCUNO ALCUNE PRENOTAZIONI  
 QR CODE SUL MATERIALE STAMPATO PER LA SCHEDA DA PRENOTAZIONE  
 VA AL SITO RESPONSABILE DI TRE LOKSOF  
 SUL SITO NO SO INDIRIZZI MA UNA SCELTA GUIDANO  
 RELAZIONE TRA APP E SITO... COME?  
 LA MAPPA DEGLI IAT SUL SITO  
 "SONO A MODENA" COME CTA IN APP  
 GEOREFER IN APP

CHI C'È DIETRO A QUESTO PORTALE?  
 ACCREDITARE IL SITO VERSO IL TURISTA (ISTITUZIALE)  
 "ORGANIZZO IO LA TUA VISITA A MODENA"  
 ANRE PARTE TURISTICA E COMMERCIALE  
 IL PRODOTTORE HA UN GRADO DI ORGANIZAZIONE MOLTO + COMPLESSO  
 CAMBIAMO NOME ALLO "IAT" SUL BOX DEL SITO  
 LO IAT CONSIGLIA DI FARE QUALCUNO ALCUNE PRENOTAZIONI  
 QR CODE SUL MATERIALE STAMPATO PER LA SCHEDA DA PRENOTAZIONE  
 VA AL SITO RESPONSABILE DI TRE LOKSOF  
 SUL SITO NO SO INDIRIZZI MA UNA SCELTA GUIDANO  
 RELAZIONE TRA APP E SITO... COME?  
 LA MAPPA DEGLI IAT SUL SITO  
 "SONO A MODENA" COME CTA IN APP  
 GEOREFER IN APP  
 SIAMO IN CONCORRENZA CON BOLOGNA  
 SIAMO L'ORIGINE DEL SERVIZIO (LO FACCIAMO NOI)

CHI C'È DIETRO A QUESTO PORTALE?  
 ACCREDITARE IL SITO VERSO IL TURISTA (ISTITUZIALE)  
 "ORGANIZZO IO LA TUA VISITA A MODENA"  
 ANRE PARTE TURISTICA E COMMERCIALE  
 IL PRODOTTORE HA UN GRADO DI ORGANIZAZIONE MOLTO + COMPLESSO  
 CAMBIAMO NOME ALLO "IAT" SUL BOX DEL SITO  
 LO IAT CONSIGLIA DI FARE QUALCUNO ALCUNE PRENOTAZIONI  
 QR CODE SUL MATERIALE STAMPATO PER LA SCHEDA DA PRENOTAZIONE  
 VA AL SITO RESPONSABILE DI TRE LOKSOF  
 SUL SITO NO SO INDIRIZZI MA UNA SCELTA GUIDANO  
 RELAZIONE TRA APP E SITO... COME?  
 LA MAPPA DEGLI IAT SUL SITO  
 "SONO A MODENA" COME CTA IN APP  
 GEOREFER IN APP  
 SIAMO IN CONCORRENZA CON BOLOGNA  
 SIAMO L'ORIGINE DEL SERVIZIO (LO FACCIAMO NOI)

CHI C'È DIETRO A QUESTO PORTALE?  
 ACCREDITARE IL SITO VERSO IL TURISTA (ISTITUZIALE)  
 "ORGANIZZO IO LA TUA VISITA A MODENA"  
 ANRE PARTE TURISTICA E COMMERCIALE  
 IL PRODOTTORE HA UN GRADO DI ORGANIZAZIONE MOLTO + COMPLESSO  
 CAMBIAMO NOME ALLO "IAT" SUL BOX DEL SITO  
 LO IAT CONSIGLIA DI FARE QUALCUNO ALCUNE PRENOTAZIONI  
 QR CODE SUL MATERIALE STAMPATO PER LA SCHEDA DA PRENOTAZIONE  
 VA AL SITO RESPONSABILE DI TRE LOKSOF  
 SUL SITO NO SO INDIRIZZI MA UNA SCELTA GUIDANO  
 RELAZIONE TRA APP E SITO... COME?  
 LA MAPPA DEGLI IAT SUL SITO  
 "SONO A MODENA" COME CTA IN APP  
 GEOREFER IN APP  
 SIAMO IN CONCORRENZA CON BOLOGNA  
 SIAMO L'ORIGINE DEL SERVIZIO (LO FACCIAMO NOI)

PRUGGER COME WIFE  
 COINVOLGIMENTO INFLUENCER  
 IRENTALIA SITI UNESCO  
 SKY SCANNER (PRIMI 19) BERGA  
 LONELY PLANET  
 GOOGLE (POSIZIONAMENTO)  
 MAIL IAT  
 TRENITALIA (ORARI)  
 NEWSLETTER (MODENESI)  
 NEWSLETTER DAL 2% AL 27%

PRUGGER COME WIFE  
 COINVOLGIMENTO INFLUENCER  
 IRENTALIA SITI UNESCO  
 SKY SCANNER (PRIMI 19) BERGA  
 LONELY PLANET  
 GOOGLE (POSIZIONAMENTO)  
 MAIL IAT  
 TRENITALIA (ORARI)  
 NEWSLETTER (MODENESI)  
 NEWSLETTER DAL 2% AL 27%

SPORTS IAT  
 LA MAPPA DELLA CITTÀ  
 L'APP VISIT MODENA  
 I ♥ CARTA  
 IL RISTORANTE ALBERGATORE  
 CORSI DI INGLESE E VIATE AL TERRITORIO PER OPERATORI → A CARO! PIACE!  
 È TUTTO SCORDATO E DIFFICILE DA ASSICURARE

MAIL  
 SOCIAL  
 GRAN SUCCESSO DEL VIDEO DEL 2018  
 DA 4k A 4k FB SU 2 MESI  
 CATALOGO ING SU PINTEREST, CI SONO AN  
 FACEBOOK  
 TWITTER  
 PINTEREST  
 PINTEREST PER USA, NO ITALIA  
 SU TWITTER SE SEPARANO I MODENESI HANNO UNA RISPOSTA IMMEDIATA



# Ambiti di progetto

## 01

Modena - obiettivi

**Prenotazioni - City  
break - Territorio**

## 02

persone - motivazioni

**Tempo - Interesse -  
Attività**

# MODENA - OBIETTIVI

Dal kickoff di progetto sono emersi **3 obiettivi primari**, confermati anche dall'esito dei successivi incontri di co-progettazione



**PRENOTAZIONI**



**CITY BREAK**



**TERRITORIO**



# **PRENOTAZIONI**

Veicolare all'interno del portale sempre più offerte legate ad esperienze turistiche sul territorio, attraverso:

- A. **il coordinamento** con privati e operatori,
- B. **il supporto** all'organizzazione e alla pianificazione offerto dallo IAT,
- C. **la proposizione** di offerte tailor-made



## MODENA - OBIETTIVI

# 01

# CITY BREAK

(almeno una notte)

Modena è una tipica destinazione da “gita fuori porta” o una tappa in un viaggio che tocca diversi capoluoghi italiani: la ridotta offerta di intrattenimento serale spinge le persone a pernottare a Bologna o in città limitrofe.

**Una pianificazione degli eventi** in città coerente con gli obiettivi turistici unita ad un’adeguata promozione sul portale potranno **incentivare i pernottamenti**.



# territorio

(valorizzazione)

**VisitModena** deve diventare l'**hub del territorio**, promuovendo il "prodotto integrato" rappresentato da città + provincia. Le piccole eccellenze diffuse sul territorio possono essere connesse dallo storytelling creando una somma di valore.

# PERSONE - MOTIVAZIONI

Le persone cercano o scoprono Modena durante il processo di raccolta informazioni perché mosse da motivazioni più o meno forti, più o meno definite.

Possiamo quindi identificare **3 diversi percorsi di scelta:**



**TEMPO**



**INTERESSE**



**ATTIVITÀ**





**persone - motivazioni**

# tempo

(ispirami)

Partendo da quanto tempo hanno a disposizione e quando possono/vogliono muoversi le persone cercano idee e suggerimenti per un viaggio o un'attività.

In questo caso VisitModena dovrà **offrire spunti ed ispirazioni** che tocchino trasversalmente diversi temi (cultura, tempo libero, enogastronomia, natura...).

La chiave di lettura di ogni idea rimane sempre il tempo, modulato in diverse dimensioni:

- un weekend
- un last minute
- un giorno o una visita di passaggio
- "le 10 cose da non perdere"
- le stagionalità

# 02



# Interesse

Alcune persone sono mosse da un interesse forte verso un tema (motori, musica, prodotti locali, ecc.): VisitModena dovrà avere **una proposta** legata ad ogni **potenziale interesse**. L'offerta potrà essere integrata ad altri servizi affinché non sia soltanto un punto di arrivo ma rappresenti l'ingresso nel **circuito esperienziale della città**.

Tra i punti di forza e le opportunità del territorio appaiono proprio i temi verticali di:

- Motori
- Cultura
- Turismo eno-gastronomico
- Turismo outdoor
- Turismo della neve
- Turismo musicale
- Turismo industriale

Alcuni di questi temi offrono al turismo modenese **elementi di unicità e differenziazione** da sfruttare come driver di un percorso di esperienze di alto livello. Le persone dicono:

- *“ Voglio mangiare nel ristorante n°1 al mondo”*
- *“ Posso guidare una fuoriserie nel luogo dove e nata”*
- *“ Vorrei rendere tributo a Luciano Pavarotti”*



# ATTIVITÀ

Gli "escursionisti" e i cittadini non sono interessati direttamente al pernottamento ma cercano **qualcosa da fare** o un'esperienza da vivere in un tempo limitato. In questo caso sul portale dovranno trovare spazio **sia eventi motivanti** (che invitano a venire a Modena) **sia di animazione** (che arricchiscono il soggiorno). Ciascuno di questi rientrerà in una delle tre tipologie di motivazione appena presentate.

## *Gli eventi motivanti*

Sono eventi fortemente **legati ad un tematismo** e ad un interesse personale (l'obiettivo del viaggio è partecipare all'evento, il resto è secondario) o di ispirazione per la persona (forniscono un'idea, uno spunto da cui partire per una visita alla città).

## *Gli eventi animazione*

Sono **attività che arricchiscono la visita**, aggiungono valore all'esperienza in città, ss  
Possono essere presentati come eventi puntuali (la festa, il mercato) o all'interno di aggregazioni costruite ad hoc dalla redazione (i "nostri" consigli del giorno, gli eventi del periodo).

# CONTENUTI forme

Esperienze, idee, attività, eventi, temi vengono veicolati all'utente nel sito attraverso **contenuti di valore**: se questo valore viene riconosciuto e apprezzato si converte in un'interazione con la Call To Action.

I contenuti **assumono diverse forme**, hanno strutture diverse a seconda degli obiettivi che sostengono:

- **storie** ed esperienze: emozionare, creare impatto, empatia;
- **documenti**: informazioni storiche, territoriali, autorevoli e verificate;
- **organizzazione** (del viaggio): informazioni puntuali, precise e dettagliate.

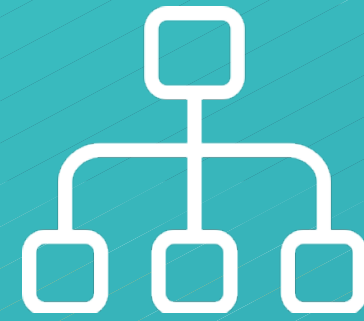


# CONTENUTI tipologie

Nel progettare il sito VisitModena, abbiamo a disposizione:

- Schede descrittive di esperienze, prenotabili
- I racconti, di blogger, di persone comuni, della redazione
- Eventi motivanti e di animazione
- Landing page di un weekend
- Schede tematiche





# Architettura informativa



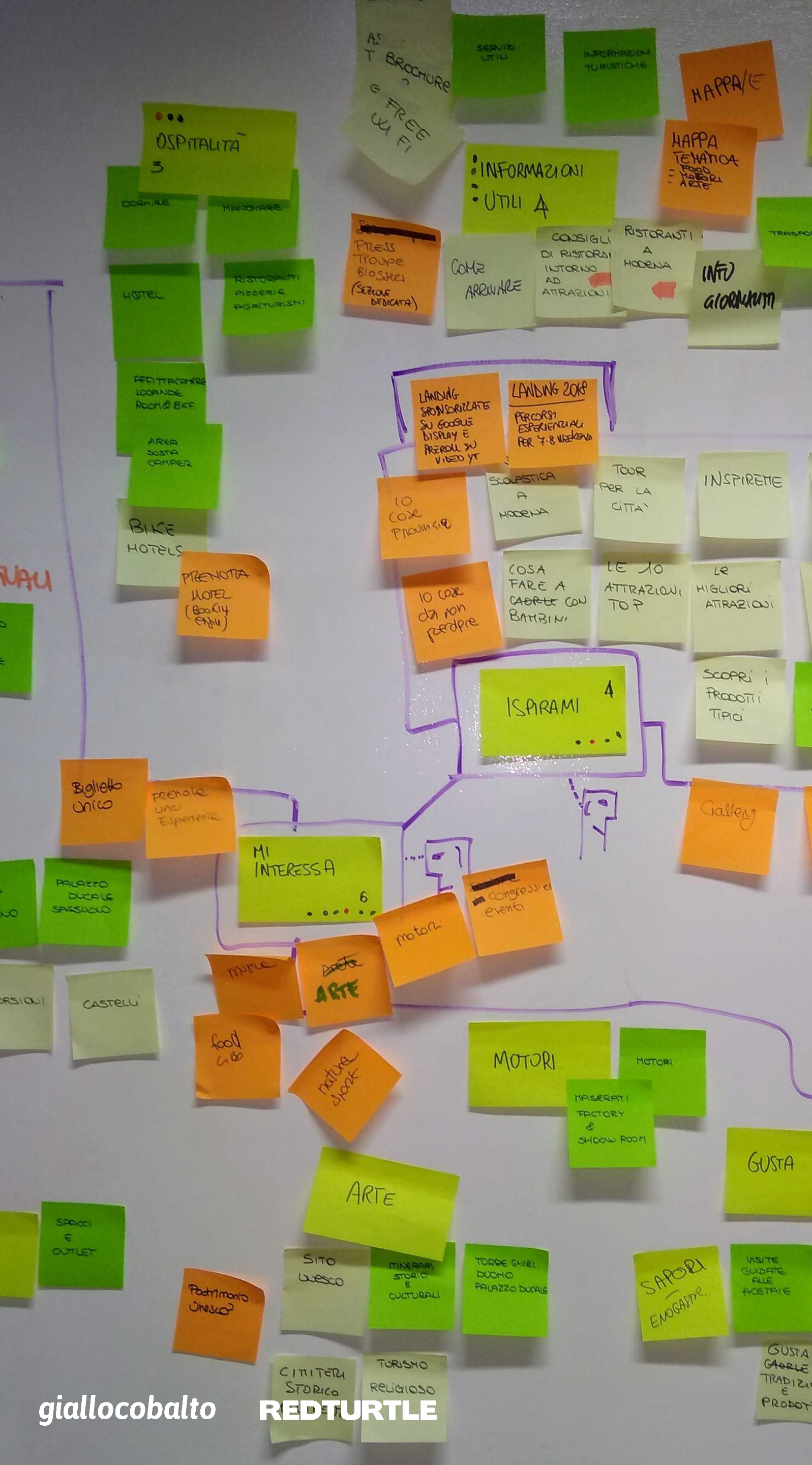
# Nuova Alberatura del sito

La proposta della nuova alberatura nasce dalla sintesi di:

- esiti del lavoro di co-progettazione fatto nel corso del terzo incontro,
- benchmark influenti in ambito turistico,
- obiettivi strategici.

Dal punto di vista funzionale e di interfaccia, la navigazione principale sarà strutturata in un **megamenu** che integra:

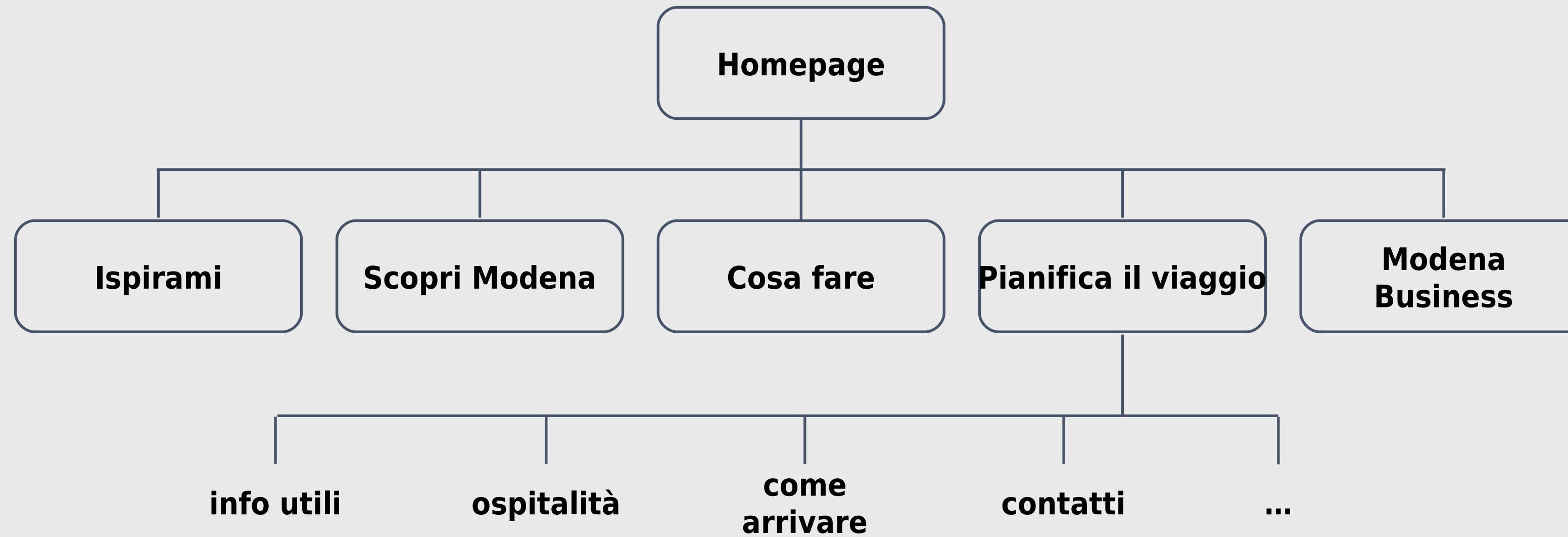
- **le voci principali dei primi 2 o tre livelli** di profondità dell'informazione,
- **suggerimenti e informazioni** mirate del periodo collegate all'ambito specifico,
- **informazioni di servizio e informazioni di valore**/contenuto per macrolivello.







# Base di partenza Il menù principale



# Benvenuti a Modena

Esperienze uniche, sapori inconfondibili, emozioni che lasciano il segno

**INIZIA SUBITO IL TUO VIAGGIO**

ARTE E CULTURA >

TERRA DI MOTORI >

TERRA DI SAPORI >

NEL CUORE DELLA MUSICA >

NATURA, SPORT E BENESSERE >

SCOPRI IL TERRITORIO >

ITINERARI E PERCORSI >



### MODENA IN UN GIORNO

LE 5 TAPPE DA NON PERDERE



### UN VIAGGIO SULLE TRACCE DEGLI ESTENSI

MODENA, SASSUOLO, FIORANO



### LA MODENA DI LUCIANO PAVAROTTI

DUE GIORNI SULLE ORME DEL GRANDE MAESTRO

Vai a [SCOPRI MODENA](#) →



# ARTE E CULTURA

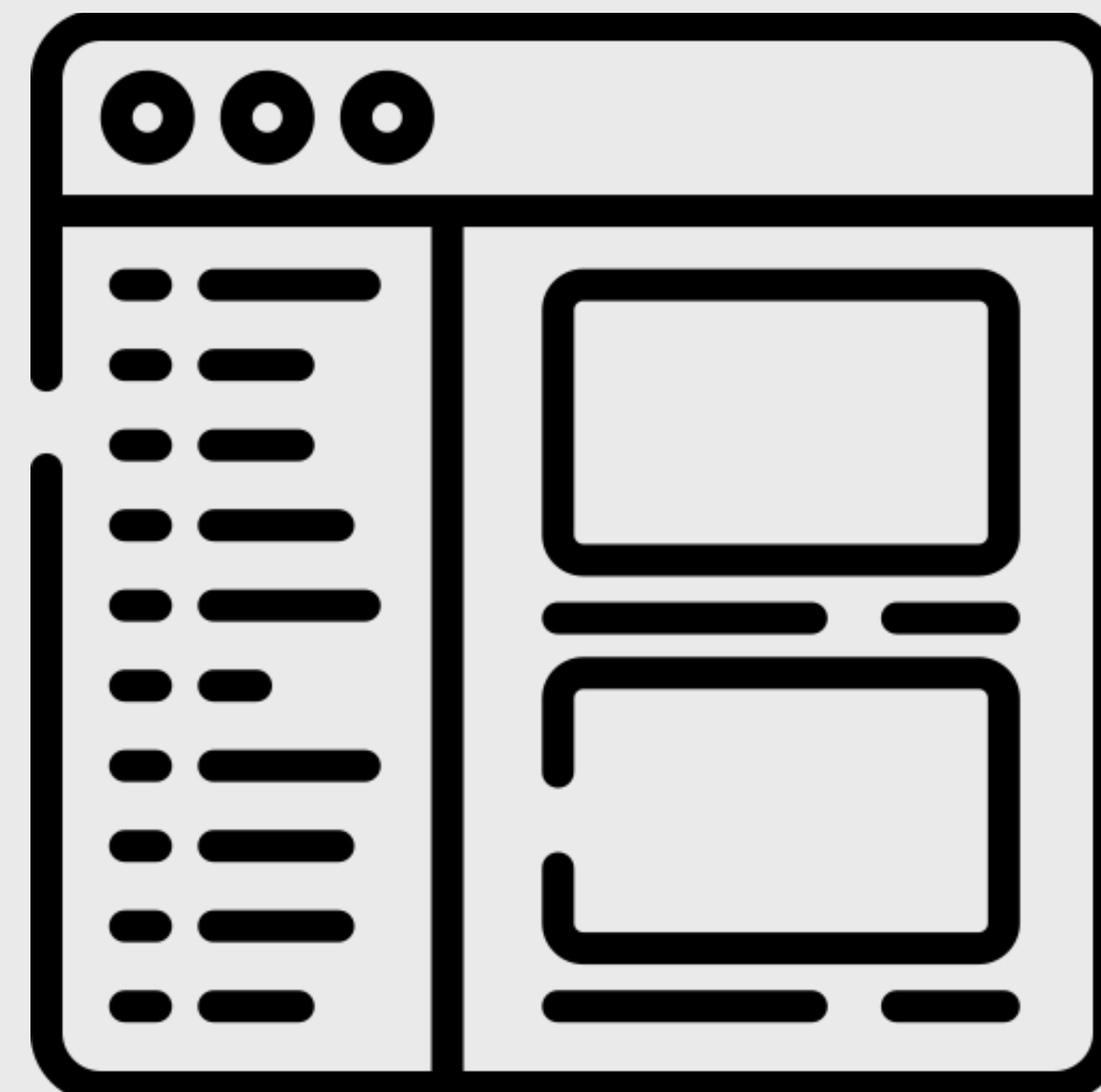




## Home di un tema

È una pagina composita: raggruppa e presenta gli elementi più importanti della sezione

- In evidenza (elementi principali da far emergere)
- Cosa fare/itinerari (percorsi legati al tema, ma sono schede di altre sezioni)
- Esperienze prenotabili in vetrina
- Mappa dei principali punti/luoghi, di interesse del tema
- Eventi



# — Le nostre meraviglie —

## Il sito Unesco di Modena: Duomo, Ghirlandina e Piazza Grande

Capolavoro del genio creativo umano, uno dei migliori esempi di stile romanico al mondo

[Scopri il Sito Unesco di Modena](#)

## Le Gallerie Estensi

Massima espressione della passione per il collezionismo dei Duchi d'Este



Chatta ora



# Itinerari e percorsi tra arte e cultura



## Modena in un giorno

Le 5 tappe da non perdere



## Un viaggio sulle tracce degli Estensi

Modena, Sassuolo, Fiorano



## Tra Modena e le Terre di Castelli

Un viaggio nell'arte e nel gusto



# — **Luoghi da scoprire** —



## Eventi

### Visite virtuali al Palazzo Comunale

dal 2 febbraio 2021 al 31 dicembre  
2021

ARTE E CULTURA



### Festival Filosofia dal 17 al 19 settembre 2021

ARTE E CULTURA



### Buk - Festival della piccola e media editoria

dal 5 al 6 giugno 2021

ARTE E CULTURA



## Scheda di un tema

- Luoghi
- Itinerari e percorsi in cui è presente la scheda
- Testo descrittivo
- Media: video, immagini, gallery/carousel
- Se presente, pacchetto prenotabile in evidenza (es. visita al monumento)
- CTA (prenota/PDF)
- Georeferenziazione in mappa
- Servizi

Contatti per informazioni, rif. a organizzazione del viaggio/visita

- Correlazioni
  - *Altri luoghi/schede dello stesso tema (possibilmente per prossimità)*
  - *Cosa fare (idee, eventi, esperienze)*
  - *Storie*



# Esperienza

(prenotabile legata ad un interesse/tema - es. Motori)

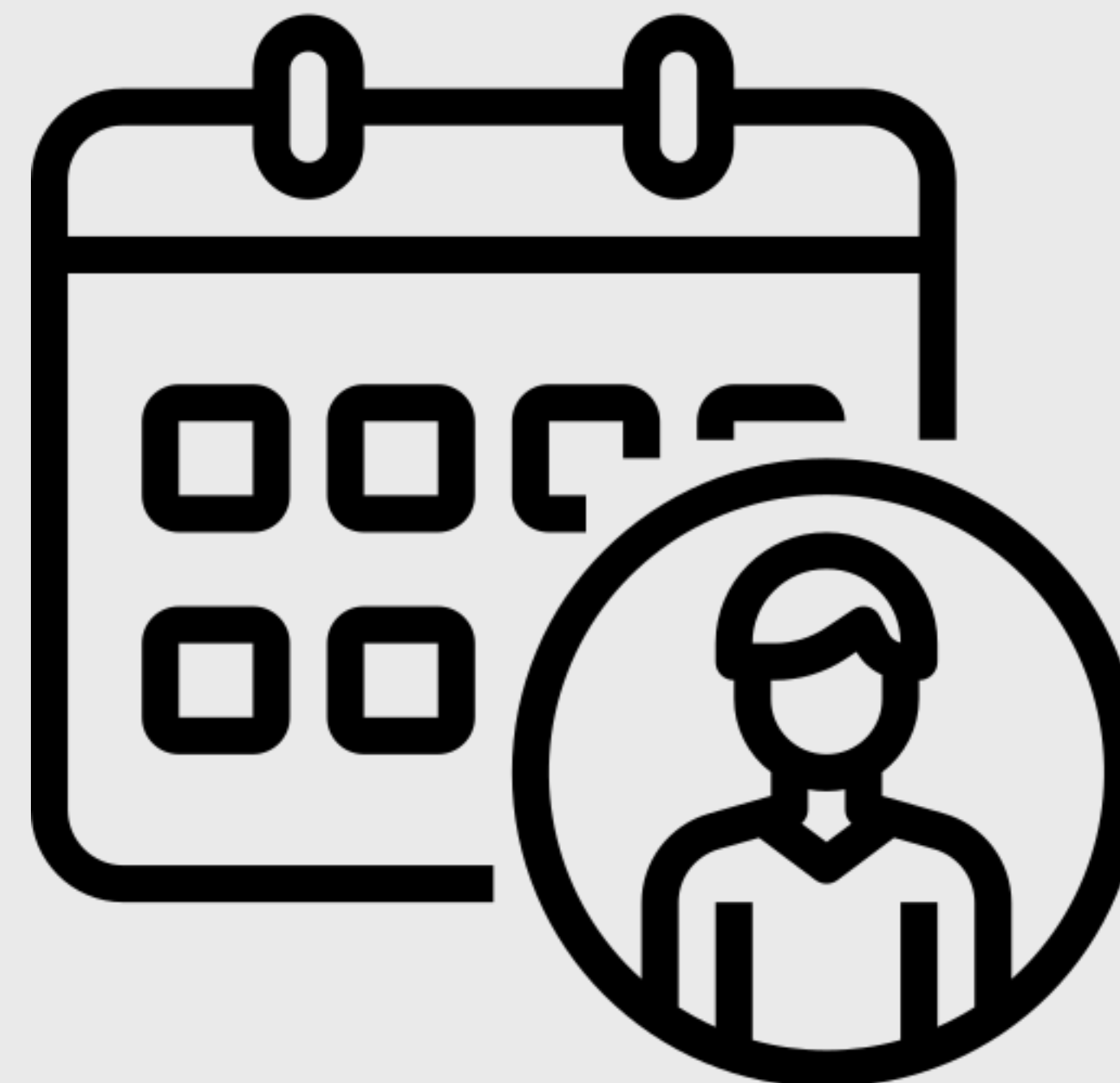
- Testo descrittivo
- Media: video, immagini, gallery/carousel
- Come arrivare, orari, prezzi, date
- Informazioni per la prenotazione, validità offerta, servizi inclusi
- (opz.) Riferimento a “Regala Modena”
- CTA: prenota/acquista
  
- Correlazioni
  - (opz.) *Storie (dicono di noi)*
  - (opz.) *Altri luoghi dello stesso tema*
  - *Offerte correlate (stesso tema o stesso percorso)*



## Gli itinerari - Un weekend

È una landing page, è la scheda chiave del sito: Modena è una città da 2 giorni

- Storytelling
- Informazioni per pianificare e organizzare il viaggio
  - *come arrivare*
  - *dove dormire*
  - *dove mangiare*
- Correlazioni
  - *(opz) Storie (dicono di noi)*
  - *Offerte/esperienze prenotabili*



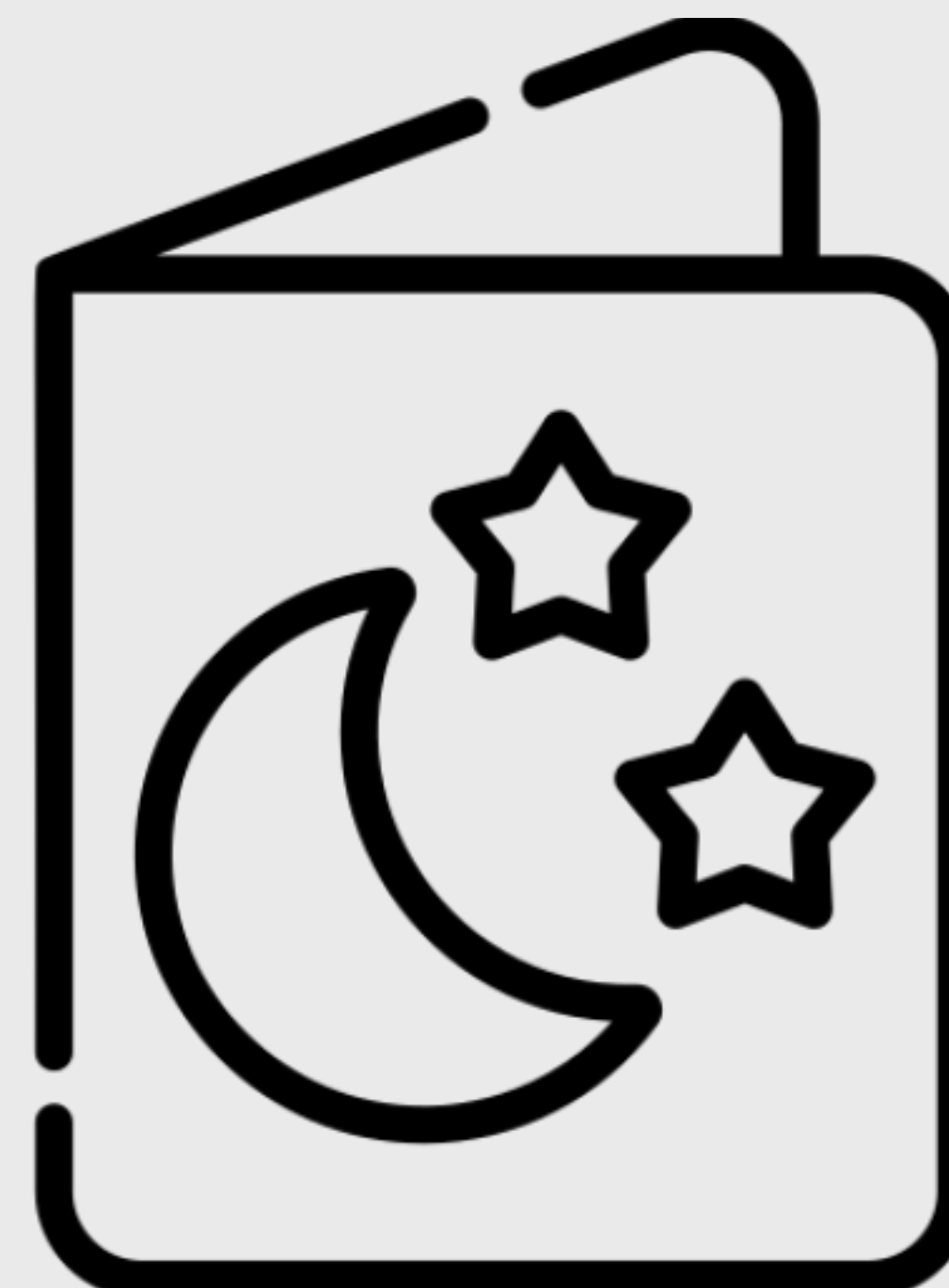
## Evento

- Immagine principale (es. locandina)
- Testo descrittivo
- Dati evento
  - *(dal/al, location, orari, costo, a chi è rivolto)*
- Informazioni di contatto
  - *(sito, email, telefono, ...)*
- CTA
  - *acquista il biglietto (dove possibile)*
  - *(opz) prenota l'hotel (se l'evento è su più giorni)*
- Georeferenziazione in mappa
  
- Correlazioni
  - *altri eventi negli stessi giorni*
  - *esperienze*



## Racconto/storia/esperienza

- Storytelling
  - *Può essere scritto da chi l'ha vissuta o da chi vive a Modena o da chi organizza*
  - *Deve essere scritto "bene" (da un "artista")*
- Media (foto, video, gallery, social)
- CTA: acquisto esperienza (se prenotabile)
  
- Correlazioni
  - *gli eventi del racconto*
  - *l'esperienza prenotabile da cui è nata la storia*





**The 360° panoramic view from the bell tower was absolutely worth the wait and gave us a wonderful overview of the city.**

Amanda

Traveller with friends in Modena

**eri siamo stati a Modena con il nostro gruppo #ipotestinrosa E' stata una giornata piena e bellissima**

Alessia

Travel consultant



**Non c'è niente di più emozionante del leggere lo stupore negli occhi dei tuoi bambini!**

Francesca Soffici

Operatrice turistica



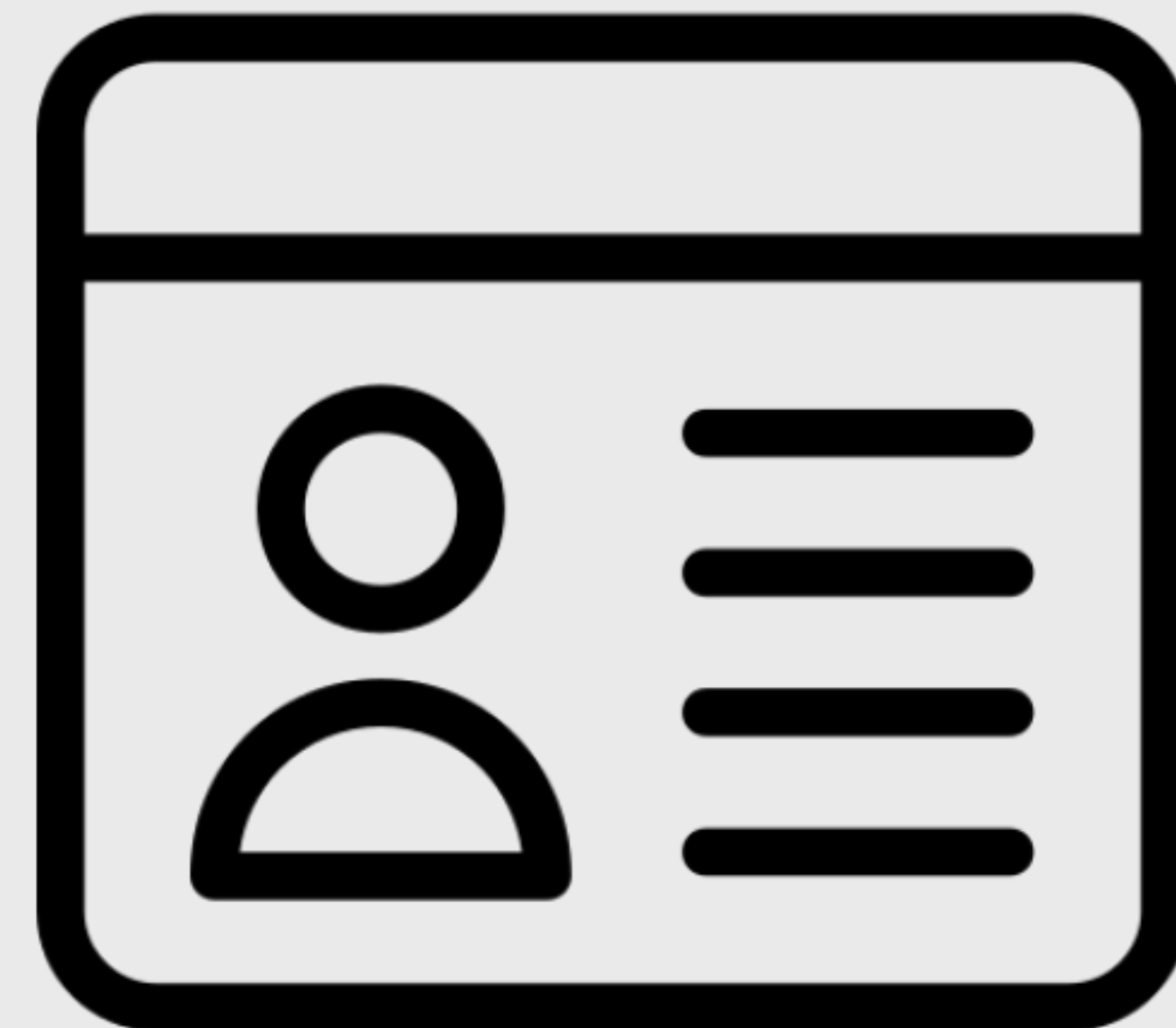
Lascia un messaggio





## Informazioni/contatti

- Dati di contatto
  - *(orari, sede, recapiti telefonici, email, ...)*
- Georeferenziazione in mappa
- (opz.) Form di contatto
- Testo con informazioni di dettaglio e link ad altri servizi
- Live chat





**VISIT MODENA**  
SAPORI CULTURA MOTORI

**IL SITO**  
strategia

**Irene Capatti**

UI/UX Specialist,

Digital & Service Designer

irene@giallocobalto.it

348 4977489

**Massimo Azzolini**

Agile/Business Specialist,

Playmaker & Service Designer

massimo@giallocobalto.it

328 9508994

Grazie :) 



**giallocobalto**

[www.giallocobalto.it](http://www.giallocobalto.it) | [blog.giallocobalto.it](http://blog.giallocobalto.it)

Le informazioni contenute in questo documento sono di proprietà di **giallocobalto** e del destinatario del documento. Tali informazioni sono strettamente legate ai commenti orali che le hanno accompagnate, e possono essere utilizzate solo dalle persone che hanno partecipato al progetto e assistito alla presentazione.