



Trento, aprile
2015

Come mai questa proposta?

Gli ingredienti che hanno generato SKIFAMILY sono almeno tre + 1:

- la presenza di efficaci politiche familiari attivate dal "Libro bianco per le politiche familiari", adottato dall'amministrazione provinciale che, tra le altre cose, stimola la definizione ed attuazione di misure innovative e strategiche per l'affermazione di un territorio, il Trentino, "amico delle famiglie";
- l'esperienza di un sistema territoriale dell'ospitalità e dei servizi turistici, attento alle esigenze delle famiglie;
- una rete di stazioni invernali che hanno creduto nella necessità di adottare una strategia comune, per trovare nuove risposte ai bisogni in particolare delle famiglie, mai adeguatamente soddisfatti.
- + la capacità di definire ed adottare una proposta «*differente*»



**Una strategia molto particolare e mirata che genera vantaggi a tutti.
Eccone almeno tre:**

- Un vantaggio per le famiglie che godono dell'opportunità di vivere (nuovamente) facili esperienze di sci in famiglia;
- Un immediato bilancio positivo per le stazioni Skifamily che non sopportano costi (o minori introiti) per questa iniziativa ma semmai recuperano un nuovo introito.
- Un bilancio positivo, di medio periodo, anche per le altre stazioni che godranno in futuro di una popolazione più larga di sciatori..

MA COME?



Differente nella proposta. Come funziona:

- La famiglia si iscrive sulla piattaforma web **skifamilyintrentino.it**. *(principio di iscrizione)*
- Prenota la propria giornata sulla neve, definendo data, stazione e stampando l'apposito **voucher**. *(principio di prenotazione)*
- Presenta il voucher alla biglietteria della stazione prenotata e acquista l'abbonamento desiderato; il genitore paga la tariffa ordinaria e riceve analoghi abbonamenti per tutti i figli che lo seguono
- Nella giornata di sci tutta la famiglia potrà sciare con il genitore (i figli non potranno sciare separati) e entreranno all'impianto assieme. *(principio di sciare assieme)*
- La prossima uscita sulla neve potrà avvenire solo in una diversa stazione. Dopo tre giornate utilizzate la famiglia potrà ricevere un nuovo voucher della stazione **più** visitata. *(principio di turnazione)*



Un Brand Differente:

- Per una lettura marketing Skifamily può esser assimilato ad un prodotto, una marca, un brand... che impone nuovi valori ma anche precisi limiti.
- Non tutti sono attratti da questo Brand; ma chi ne è attratto ci si riconosce lo apprezza e lo diffonde
- I «*brand capovolti*»: Il brand normale fonda il suo successo cercando di avere il maggior numero di elementi positivi: Il brand *capovolto* invece basa la propria reputazione anche su un set di elementi negativi. “ci dà qualche cosa in meno, ma anche qualche idea in più. Riunisce armonicamente elementi che non siamo abituati a vedere assieme.”



Fattore	TARGET BRAND TRADIZIONALI	TARGET SKIFAMILY
Vincolo di sciare assieme	Valore negativo	Valore condiviso
Vincolo di registrazione nella community web e stampa voucher	Valore negativo	Valore accettato
Programmare le uscite su diverse stazioni	Valore negativo	Valore accettato
Dimensione piccola e con meno velocità	Valore negativo	Valore positivo



YOUNGME MOON «*Differente*».

Il conformismo regna ma l'eccezione domina" (ETAS, 2010)

*"In una cultura in cui abbiamo più
di quanto potremmo mai desiderare*

*in un ambiente di business in cui tutti
sembrano correre una gara verso nessun posto...*

*che cosa significa per un'impresa essere differente?
Significativamente differente?*

*Forse significa dire NO quando tutti dicono sì.
Oppure dire SI quando tutti gli altri dicono no.*

*Forse significa... diventare piccoli
quando tutti gli altri si stanno ingrandendo.*

*Oppure fare meno quando tutti gli altri
stanno facendo di più".*



I numeri di Skifamily

Famiglie iscritte

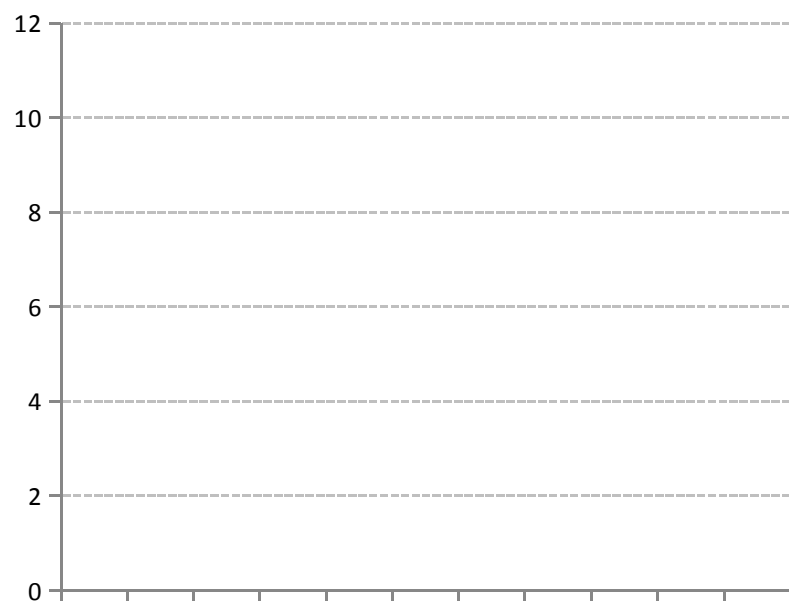


Persone coinvolte

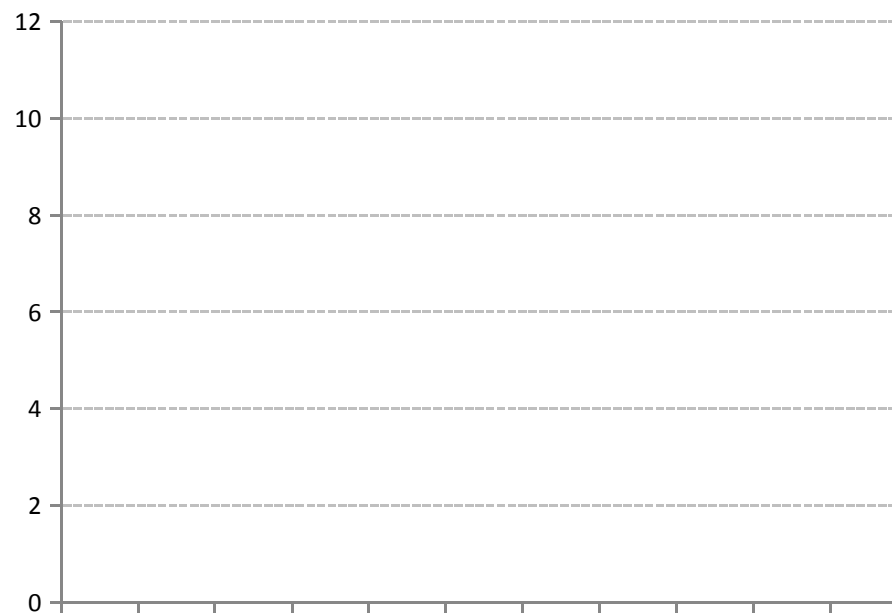


I numeri di Skifamily

Voucher utilizzati (giornate)



Famiglie attive



I numeri di Skifamily

Ruolo delle stazioni (giornate)



I numeri di Skifamily

Composizione media famiglie



I numeri di Skifamily

Stima prudenziale impatto economico:

1.719 giornate in famiglia

65,00 € spesa media a giornata famiglia (skipass 30,00 € x 1,5 genitori + 20,00 € rist.)

Totale 112.000,00 € tra tutte le stazioni





Lo staff risponde...



Valutazioni e passaparola



lascia il tuo commento!

stefania.morganti70

18/03/2014 01:34



Lo skifamily è veramente un'ottima opportunità per le famiglie numerose: con i miei figli di 9/11 e 16 anni abbiamo già fatto 4 stazioni e veniamo dalla non vicina Toscana!

Una bella iniziativa! Complimenti al Trentino così attento alle politiche familiari. Se l'iniziativa si estenderà anche negli anni prossimi sarà veramente una cosa gradita e non mancheremo di venire ancora a sciare da voi! Grazie



Lo staff risponde...

Grazie a voi!

.. per chi viene da lontano segnaliamo anche i B&B di qualità che aderiscono allo spirito Skifamily (nelle news)

nbabato

04/01/2014 15:05



Salve, questo è il terzo anno che conosco l'iniziativa e la trovo fantastica!

Abbiamo 3 figli e quest'anno ho rivisto Lavarone mentre ieri per la prima volta il Bondone. Congratulazioni e un augurio perché si possa estendere anche ad altri comprensori sciistici!



Lo staff risponde...

Grazie, SF vuole restare un progetto molto speciale. Da quest'anno chi avrà visitato tutte le sei stazioni SF potrà accedere, con la stessa formula, a due nuove aree sciabili: Alpe Cermis e Latemar.



Altre attenzioni e particolarità di Skifamily



