



INCREMENTARE IL TURISMO CON IL DIGITALE

🕒 13 marzo 2018 📍 Europa

L'intervista a Gianluigi Ballarani alla vigilia di Digitalization.

Per chi ancora non conoscesse a fondo il web system, alter ego dello star system televisivo, questo è composto da YouTuber, Instagramer e blogger da milioni di utenti, ma anche da imprenditori che, grazie alla potenza comunicativa dei social e agli strumenti digitali, hanno costruito il loro successo.

Si è soliti pensare che il mondo del digital si fermi a social e influencer. In realtà è molto di più: è studio ed errori sul campo, è perseveranza e visione, è conoscenza del marketing nelle molteplici forme che ha assunto grazie ai nuovi strumenti del digitale.

Sono ancora poche le storie degli italiani che ce l'hanno fatta, anche perché le televisioni, per comprensibili motivi commerciali e, a volte, per mancanza di conoscenze specifiche, ne parlano poco.

Noi abbiamo intervistato Gianluigi Ballarani, imprenditore che a Londra ha costituito Hotlead, un'agenzia di web marketing, che oggi conta 74 collaboratori in tutto il mondo, 4 milioni di euro investiti ogni anno su web e social media e due sedi internazionali, una Londra per l'appunto, l'altra a New York.

Il prossimo 7-8 aprile a Milano, insieme a Francesco Facchinetti e tanti altri personaggi che con il digital hanno creato business milionari, ha deciso di organizzare l'evento formativo denominato Digitalization.

Buongiorno Gianluigi, ti muovi dall'Italia verso Londra all'età di 19 anni, dopo aver terminato la Scuola Militare Teulié. Come e in che misura questa esperienza ti ha aiutato a diventare imprenditore digitale?

Sicuramente la Teulié mi ha aiutato ad acquisire un profondo senso di responsabilità e a dover seguire determinate regole. Al contempo, però, mi ha fatto comprendere che non mi sarebbe piaciuto prendere ordini per il resto della vita. Questa esperienza ha rappresentato uno stimolo per cercare nuovi percorsi che implicassero autonomia decisionale. Così, dopo il liceo, mi sono guardato intorno. Inizialmente avevo scelto la facoltà di Medicina. Frequentando, ho capito da subito che quel genere di studi non mi piaceva davvero. Così, dopo qualche settimana, sono passato a Economia, che sicuramente rispecchiava di più ciò che sono e i miei interessi. Contemporaneamente, ho iniziato a fare business con Internet. Ma la decisione di trasferirmi a Londra è maturata dopo aver incontrato Giovanni, il mio mentore, che all'epoca, riuscì a vendere la sua startup (Jobrapido ndr) all'estero.

Quando è iniziato il tuo percorso da imprenditore a Londra?

Tutto è cominciato nel 2006, in una piccola stanza che condividevo con mio fratello. Sono partito dal nulla e, nel 2013, ho fondato Hotlead, agenzia pubblicitaria di marketing diretto, che ha acquisito, dalla sua creazione a oggi, centinaia di clienti.

Saresti riuscito lo stesso in Italia?

Sarebbe stato molto difficile. Gli investitori stranieri, nel giudicare la tua idea di business o la tua startup, valutano anche il ranking dell'Italia rispetto a burocrazia, pressione fiscale e certezza delle leggi. Basterebbe guardare il regime a cui sono sottoposte le partite iva per capire di cosa stiamo parlando.

Quali sono le città che, a diversi livelli, possono favorire la nascita di una startup di successo?

Iniziamo col dire che solo il 6% dei progetti legati alle startup riesce a sbarcare il lunario. Il più delle volte, ciò che fa la differenza è la perseveranza e il credere in ciò che si sta facendo. Le idee sono nell'aria e sta a noi dar loro vita con l'approccio mentale e gli strumenti giusti. Detto questo, l'Inghilterra con Londra, quindi

non solo la storica Silicon Valley, come anche New York e Los Angeles stanno creando interi quartieri dedicati alle imprese con contenuti o valori tecnologici.

L'Italia comincia a muoversi?

A Roma e Milano si stanno muovendo in diversi, anche se i problemi di cui parlavamo restano.

Veniamo a Digitalization. Il tuo evento in Italia è più legato a un suo potenziale inespresso in ambito digital, a un bisogno di formazione o anche a un po' di nostalgia del tuo paese?

Tutti e tre i motivi. Sicuramente sono molto nazionalista e amo la mia Patria. Mi farebbe piacere poter aiutare i miei conterranei a comprendere che, per fare impresa, oggi, esistono non solo le vie tradizionali, ma anche il web; conoscendone gli strumenti, si possono raggiungere risultati che, in un'epoca di crisi come quella attuale in Italia, non ci si aspetterebbe. Non a caso, i miei video divulgativi su YouTube sono soprattutto nella nostra lingua. Mi rivolgo spesso e volentieri al mio paese d'origine, poiché penso che esista la necessità di conoscere davvero quelle dinamiche di Internet che ti consentano di fare business. L'idea di organizzare questo evento mi è venuta nel corso di alcuni interventi che ho tenuto in prestigiose università italiane.

Come?

Lì ho scoperto che il 22% delle offerte lavorative in ambito digital rimangono senza risposta. Allo stesso tempo, ho trovato grandi aperture da parte delle università, che si sono dimostrate interessate ad approfondire le tematiche di cui mi occupo come imprenditore. I professori sono rimasti entusiasti delle sale gremite durante i miei interventi e degli studenti che mi tempestavano di domande. Hotlead è diventato un caso studio e io ho portato anche la mia esperienza in Master dedicati al marketing e alla comunicazione di queste università.

Quindi cos'hai fatto?

Ho creato Digitalization. Inizialmente raccogliendo online oltre 4000 progetti di giovani e meno giovani che ci chiedevano aiuto per svilupparli. Non potendo, per ovvie ragioni, aiutarli tutti, abbiamo deciso di creare questa due giorni di formazione a Milano il prossimo 7 e 8 aprile.

Come si svilupperà?

Semplice, imprenditori nel digital, con peculiarità e qualità differenti, racconteranno come utilizzare al meglio gli strumenti del marketing contemporaneo: dall'affiliate marketing all'e-commerce, dal mondo dei social media a quello degli influencer, indicando quali sono i passi giusti da compiere per dare un futuro alla propria startup. A parlare saranno uomini di business italiani che ce l'hanno fatta. Financial coach come Alfio Bardolla. Poi, YouTuber di successo come Francesco Sole, con all'attivo oltre 500 milioni di views e

Sebastian Gazzarini diventato famoso con dei video su Facebook e oggi è uno de Le Iene, ma già prima esperto video maker. Ancora Valerio Pezzano, guru dell'affiliate marketing e Daniele Ratti Fondatore e Ceo di Fatture in cloud che, nel 2013, a soli 21 anni, ha ottenuto un exit da un milione di dollari e un fatturato di oltre 2 milioni nell'ultimo anno.

Il settore del turismo può essere interessato a queste tematiche?

Assolutamente sì. È uno dei settori maggiormente stravolti dalla rivoluzione digitale. Se penso a quando, dieci anni fa, mi recavo in agenzia insieme ai miei amici alla ricerca del viaggio perfetto, oggi tutto è cambiato. Altra grande tematica legata al turismo è quella della disintermediazione. Gli strumenti del marketing digitale possono e devono fare la differenza in questo senso.

Avete clienti nel settore?

Sì, tra questi, posso citare un villaggio che, in Italia, non riusciva ad attrarre turismo attraverso i canali tradizionali. Con Hotlead, nel giro di pochi mesi, è arrivato al sold out.

Accanto a te, come presentatore della giornata ma anche come promotore e partner ci sarà Francesco Facchinetti. Come vi siete conosciuti?

Mi ha contattato lui su internet dopo aver visto i miei video. Ci siamo incontrati e ci siamo trovati. Parliamo la stessa lingua. Solo il nostro interlocutore finale è diverso: lui si rivolge al mondo dello spettacolo e aiuta tanti giovani a crescere, io sono più rivolto al business e al mondo aziendale. Un giorno, mentre giravamo a Los Angeles per appuntamenti ci siamo guardati e ci siamo detti perché no?

Già, perché no? Per chi volesse partecipare o prendere maggiori informazioni sull'evento segnalo il link al sito ufficiale.

Fonte Google News: Turismo Londra site-qualitytravel.it