

Checklist per capire se esiste  
un mercato per il prodotto  
cicloturistico della tua  
struttura ricettiva

**Modello a 10 variabili**

**Con questo metodo puoi fare una auto analisi per capire se ha senso investire nel mercato cicloturistico oppure no**

Il fatto che sia relativamente semplice strutturarsi come bike hotel ed implementare dei servizi dedicati ai ciclisti non significa che sia semplice ottenere successo e quindi incrementare in maniera sostenibile il tuo fatturato con questo target di clientela.

Se **non vuoi buttare via tempo ed energie**, e **non vuoi sperperare denaro in strategie di marketing inefficaci**, questa check list fa proprio al caso tuo!

Buona analisi!



## Come si utilizza la check list?

È molto semplice.

Assegna un valore da **0** a **10** a ciascuna elemento che troverai di seguito.

Il consiglio che posso darti è di **rispondere sinceramente**.

Accanto alla colonna del punteggio, poi, puoi argomentare la tua risposta per tenere traccia di ciò che puoi/devi migliorare.

L'ultima colonna l'ho riservata a un mio consiglio per te che nasce dalla mia esperienza.



		Valore da 0 a 10	Scrivi le tue note	Scrivi come intendi procedere	Risorse e consiglio
<b>URGENZA</b>	Il mercato è urgentemente interessato a spendere dei soldi per il tuo prodotto?				Se il tuo prodotto non è unico, sei esattamente uno dei tanti.
<b>PREZZO POTENZIALE</b>	Quanto potrebbe essere il prezzo del tuo prodotto per 7 gg in mezza pensione o pensione 3/4?				Il prezzo è una variabile che influisce anche sulle dimensioni del mercato
<b>DIMENSIONI DEL MERCATO</b>	Quanto è grande il mercato al quale ti rivolgi?				I ciclisti non sono tutti uguali.
<b>COSTO ACQUISIZIONE DEI CLIENTI</b>	Quanto ti costa ottenere una prenotazione da parte di un ciclista?				Spesso il costo di acquisizione di un ciclista è medio-alto.
<b>SUBTOTALE (A)</b>					



		Valore da 0 a 10	Scrivi le tue note	Scrivi come intendi procedere	Risorse e consiglio
<b>COSTO VALUE DELIVERY</b>	Quanto è il costo del tuo sistema di marketing necessario per far conoscere il tuo prodotto ai potenziali clienti?				Considera tutti ma proprio tutti i costi, non lasciare fuori nulla
<b>UNICITÀ OFFERTA</b>	Quello che stai per introdurre sul mercato è uguale a quello di tutti gli altri bike hotel oppure è diverso, unico?				Aspetto collegato al punto 1) Se il tuo prodotto non è unico, sei come tanti altri
<b>SPEED TO MARKET</b>	Quanti tempo ti servono per adeguare la struttura ricettiva, implementare i vari servizi ed iniziare quindi ad attrarre i potenziali clienti?				Definisci un timing piuttosto realistico in base a quanto tempo puoi dedicare alla costruzione del tuo prodotto
<b>SUBTOTALE (B)</b>					



		Valore da 0 a 10	Scrivi le tue note	Scrivi come intendi procedere	Risorse e consiglio
<b>LIVELLO DI INVESTIMENTO</b>	Quanti soldi sono necessari per realizzare il tuo prodotto?				Tieni conto sia degli investimenti nella struttura che quelli per il marketing e la comunicazione
<b>UPSELL POTENTIAL</b>	Una volta che hai creato il prodotto quali altri upgrade puoi realizzare per aumentare i tuoi margini, i tuoi profitti?				Definisci la tua value ladder
<b>EVERGREEN POTENTIAL</b>	vuoi specializzarti per seguire solamente una moda, un trend del mercato oppure ci credi realmente e continuerai ad investire anche tra 5-10-15 anni?				
<b>SUBTOTALE (C)</b>					



## Analisi dei valori assegnati

	Valore assegnato
<b>SUBTOTALE A</b>	
<b>SUBTOTALE B</b>	
<b>SUBTOTALE C</b>	
<b>TOTALE</b>	



## Analisi dei valori assegnati

Scaglione punteggio totalizzato	Cosa fare?
<b>0 - 50</b>	Dovresti abbandonare l'idea di specializzarsi in questo settore di mercato. O almeno è quello che ti consiglio vivamente.
<b>51 - 75</b>	Hai buone possibilità per specializzarti ed aumentare il tuo fatturato con i ciclisti. Dipende tutto dal tuo impegno personale!
<b>76 - 100</b>	Non esitare, non farti sfuggire questa enorme opportunità di business!

