

# I trend del turismo

un'analisi tramite i dati di ricerca



**PAOLO DELLO VICARIO**

CEO @ BYTEK  
PARTNER @ DATRIX

## ByTek è la martech company del gruppo Datrix



Soluzioni basate su AI di Augmented Analytics e modelli di Machine Learning

### AREE DI BUSINESS

AI per  
MARKETING & SALES



AI per  
FINTECH



AI per  
DATA MONETIZATION



MODELLI di  
MACHINE LEARNING



## I Clienti del gruppo Datrix

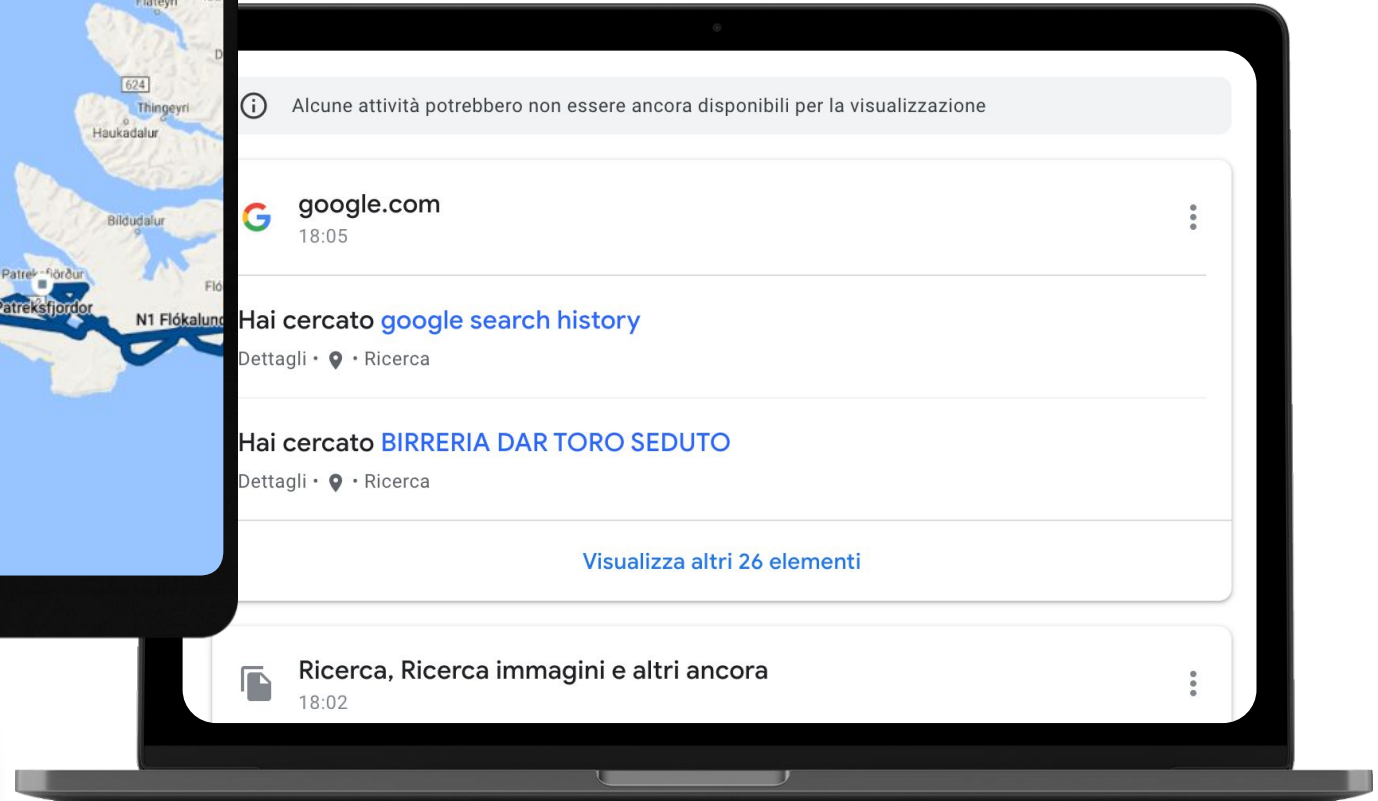
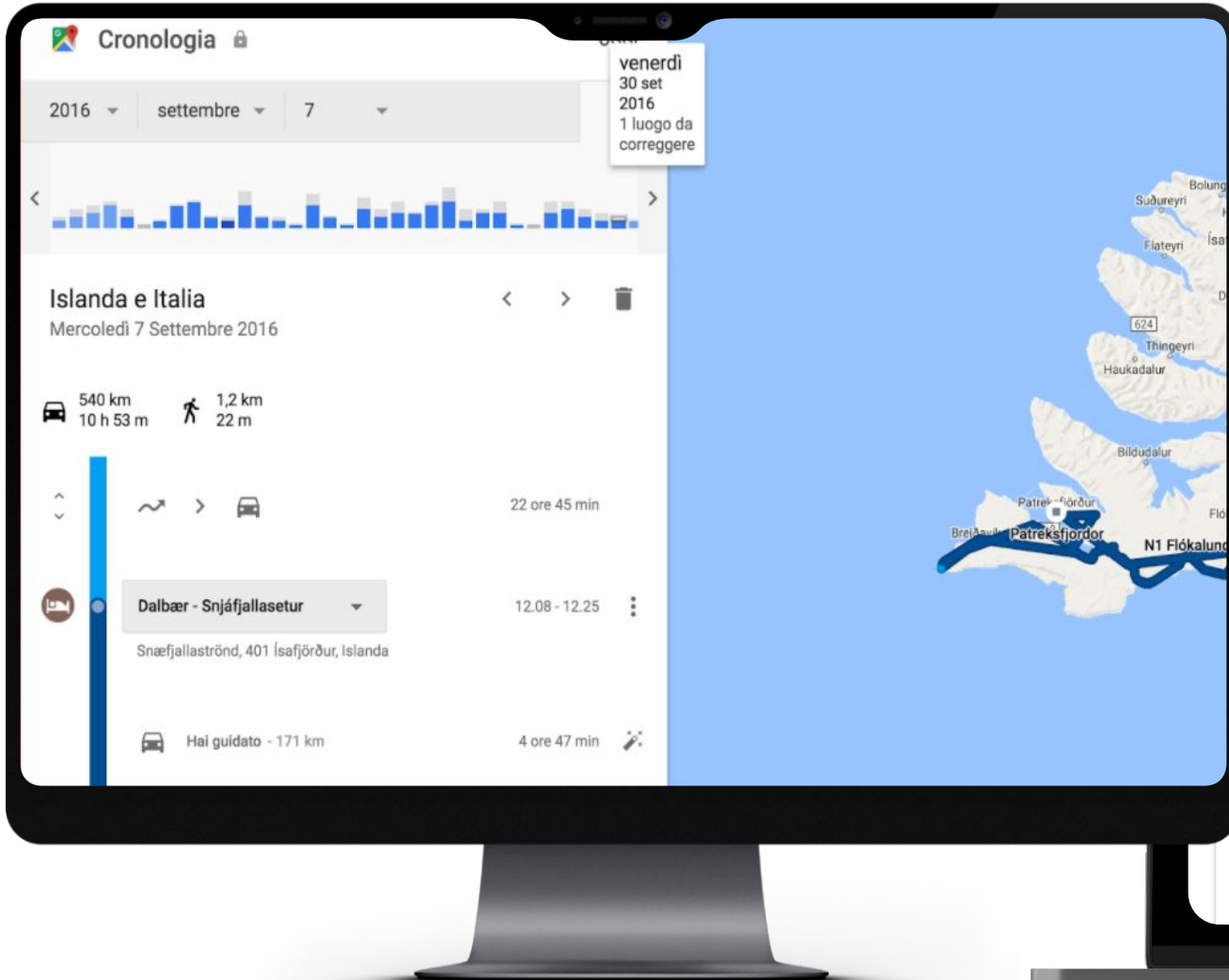
Lavoriamo da sempre con grandi aziende. Ma amiamo molto anche le medie che vogliono intraprendere un percorso di trasformazione e crescita data-driven (oggi con il cloud e le nostre soluzioni ci sono le condizioni tecnologiche ed economiche per farlo).









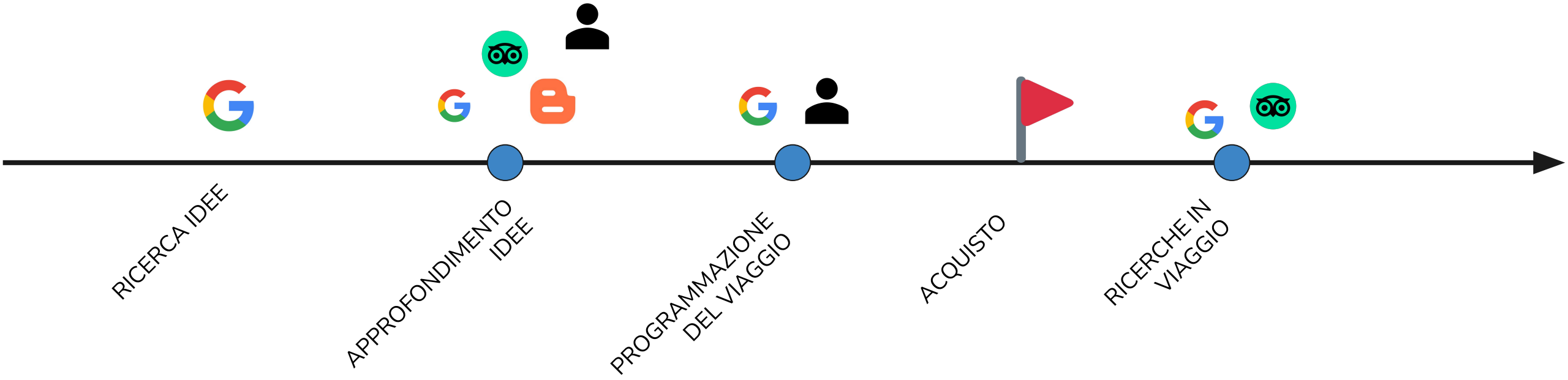


**Google è il  
confessionale del  
mondo**





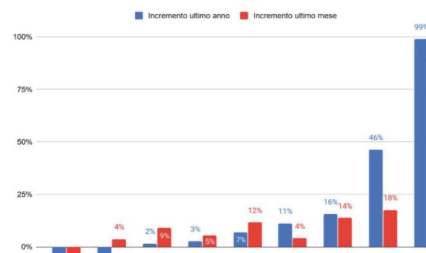
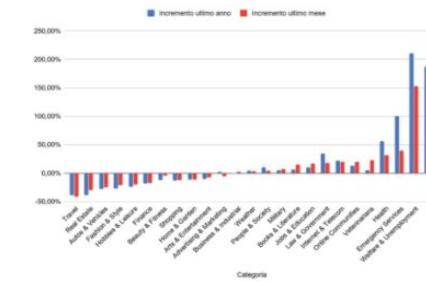




# Il modo in cui le persone cercano cambia velocemente

## L'andamento per categorie

Nella **Figura 1** sono evidenziate le variazioni percentuali (positive e negative) di tutti i settori sia nell'ultimo anno che nell'ultimo mese. Che il coronavirus abbia condizionato le ricerche online è evidente nella crescita marcata di settori come il welfare e la disoccupazione, i servizi per le emergenze e la salute e anche nelle diminuzioni, anche se meno marcate, di ricerche relativi a viaggi, settore immobiliare, auto e veicoli. È interessante notare la crescita delle categorie animali, online communities, Internet e telecomunicazioni, libri e letteratura.



## L'impatto del coronavirus sulle specifiche industry

Un'analisi tramite le ricerche degli utenti online

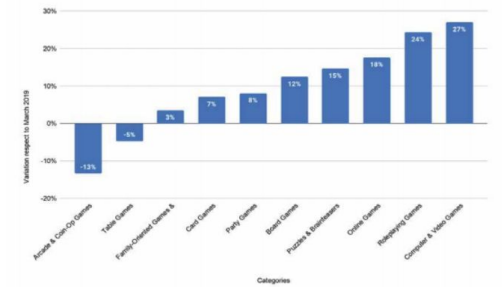


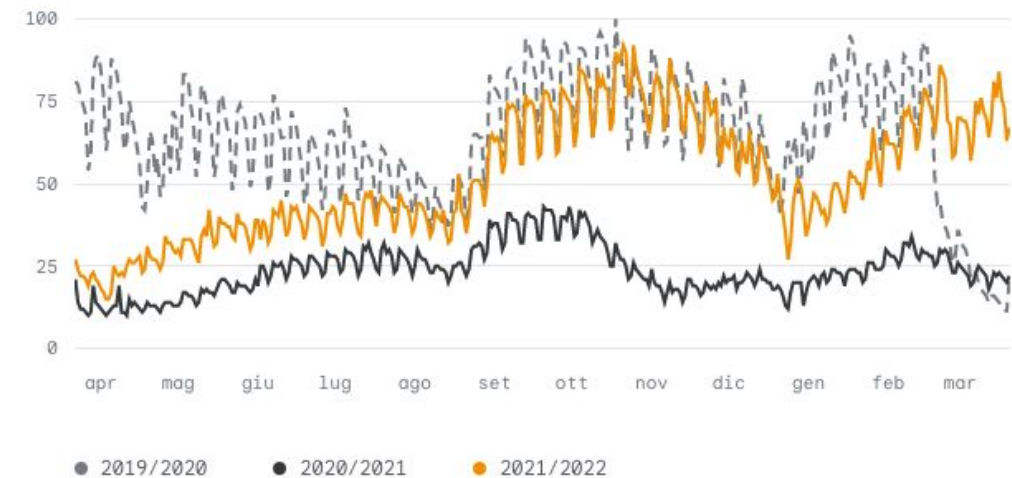
Figure 5: Variation in the online searches between March 2020 and March 2019 for "Games" categories

# Variazione dell'interesse di ricerca per la tua zona

Sapere come variano nel tempo le ricerche di sistemazioni nella tua zona ti aiuta a organizzarti meglio in previsione dei periodi con maggiore o minore occupazione.

INTERESSE DI RICERCA NEL TEMPO

Google.com (ultimi 12 mesi)



Hotel Insights with 

[hotelinsights.withgoogle.com](https://hotelinsights.withgoogle.com)

71%: mercato nazionale

29%: mercato internazionale



● 37% da Lombardia

● 22% da Europa

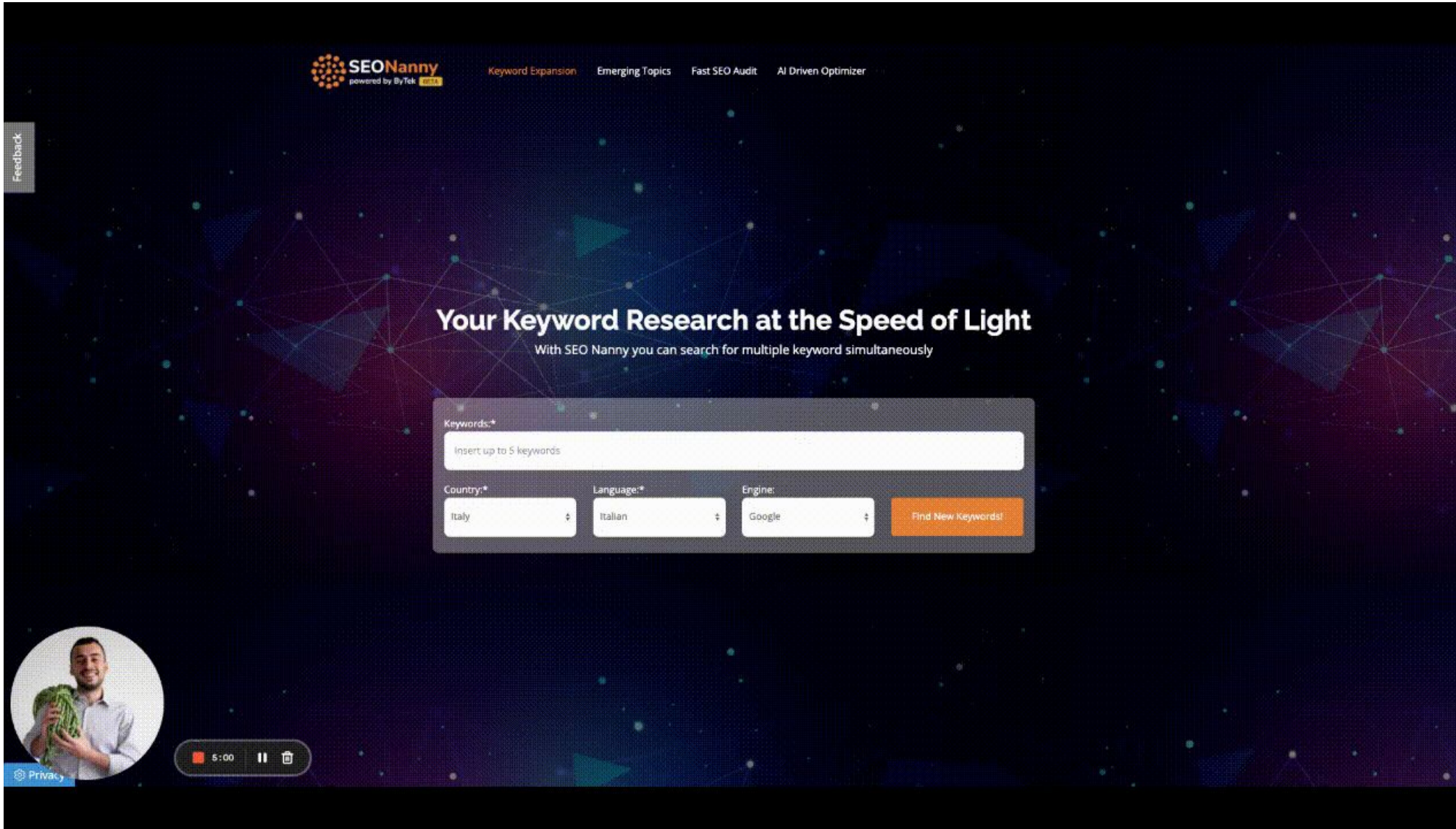
● 34% da Italia

● 7% dal resto del mondo

Google.com (ultimi 12 mesi)

Hotel Insights with 

[hotelinsights.withgoogle.com](https://hotelinsights.withgoogle.com)



The screenshot shows the SEO Nanny website interface. At the top left, there is a "Feedback" button. The main header features the "SEONanny" logo, which is "powered by ByTek". To the right of the logo are navigation links: "Keyword Expansion", "Emerging Topics", "Fast SEO Audit", and "AI Driven Optimizer". The background is a dark, starry space with a network of blue and green lines connecting points, suggesting a digital or data network.

**Your Keyword Research at the Speed of Light**  
With SEO Nanny you can search for multiple keyword simultaneously

**Keywords:\***  
Insert up to 5 keywords

**Country:\*** Italy **Language:\*** Italian **Engine:** Google **Find New Keywords!**

In the bottom left corner, there is a circular profile picture of a man holding a bunch of green leafy vegetables. Below it is a "Privacy" link. In the bottom center, there is a video player control bar showing a red play button, a timer at "5:00", a pause button, and a trash icon.

*ARE*  
*THESE* **DATA**  
**ACTIONABLE?**

## Identificare i trend prima dei competitor

### L'esigenza

Individuare i trend emergenti su Google per fornire alla redazione nuovi argomenti da pubblicare sulle proprie testate.

Coprire gli argomenti di maggior interesse prima dei competitor.

### La soluzione

Utilizzo dei dati di ricerca per ottenere **informazioni sempre aggiornate sui trend di ricerca emergenti** e quelli in crescita.

I dati costantemente aggiornati permettono l'identificazione degli argomenti su cui scrivere in modo preciso, facilitando il compito della redazione e aumentando la presenza sulle SERP.

1. **Riduzione dei tempi** di ricerca dei trend
2. **+20% di traffico organico** nel Q1 2021



Soluzione utilizzata

**TrendSonar**



# Identificazione in real time delle mete più cercate

## L'esigenza

Identificare frequentemente le mete più cercate in modo da:

- prendere decisioni strategiche;
- ottimizzare la gestione delle campagne search;
- impostare la strategia editoriale in modo dinamico.

## La soluzione

Mettere in osservazione una grande lista di destinazioni, insieme a una serie di variazioni (es. "voli per {nomeluogo}", "hotel in {nomeluogo}"), fornendo una dashboard di trend di ricerca aggiornata ogni mattina e dotata di sistemi di alerting al superamento di soglie di crescita.

1. **Enorme riduzione dei tempi di ricerca** con approccio classico su Google Trends
2. **Identificazione** di trend di ricerca prima non accessibili grazie a un forte ampliamento del campo di analisi

TEMA	CRESCITA	VOLUME
VOLI PER L'ITALIA	+400%	1,600
HOTEL A RIMINI	+230%	33,100
VACANZE IN SICILIA	+160%	4,400
CAMPEGGI IN TRENTO	+150%	5,400

Soluzione utilizzata

IntentSonar

TrendSonar

## Identificazione di mercati simili e di trend di mercato

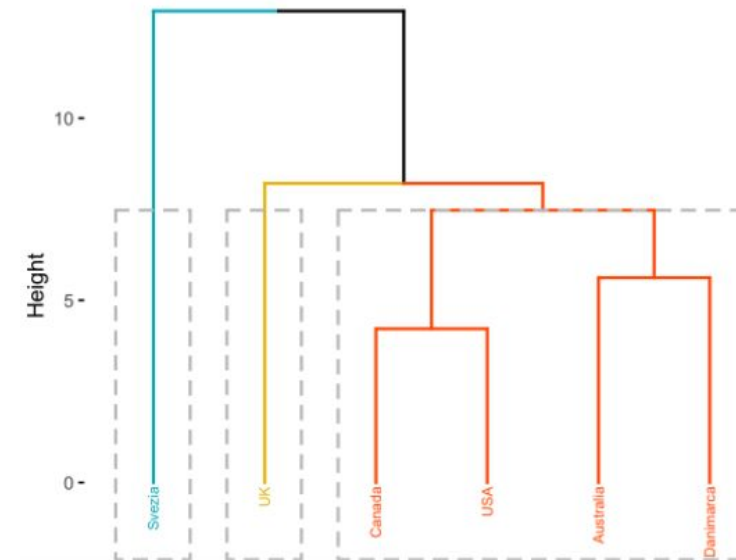
### L'esigenza

Studiare i trend di ricerca relativamente agli etruschi e ai principali complessi museali europei, con focus sugli attributi e le tematiche più spesso cercate dai visitatori. Identificare le similitudini fra paesi e i paesi più promettenti.

### La soluzione

Attraverso la definizione e l'analisi di un set di oltre 20.000 keyword per ogni paese analizzato, abbiamo identificato i trend di mercato e i cluster di paesi simili per approccio alla ricerca, fornendo indicazioni strategiche che si riverberano oggi anche sulla architettura informativa del sito web.

1. **Identificazione di 15 macro trend** catalogati per country
2. **Riduzione dell'80% dei tempi** per ottenere insight di mercato funzionali all'avvio dell'attività, rispetto a un'analisi tradizionale



Soluzione utilizzata

**IntentSonar**

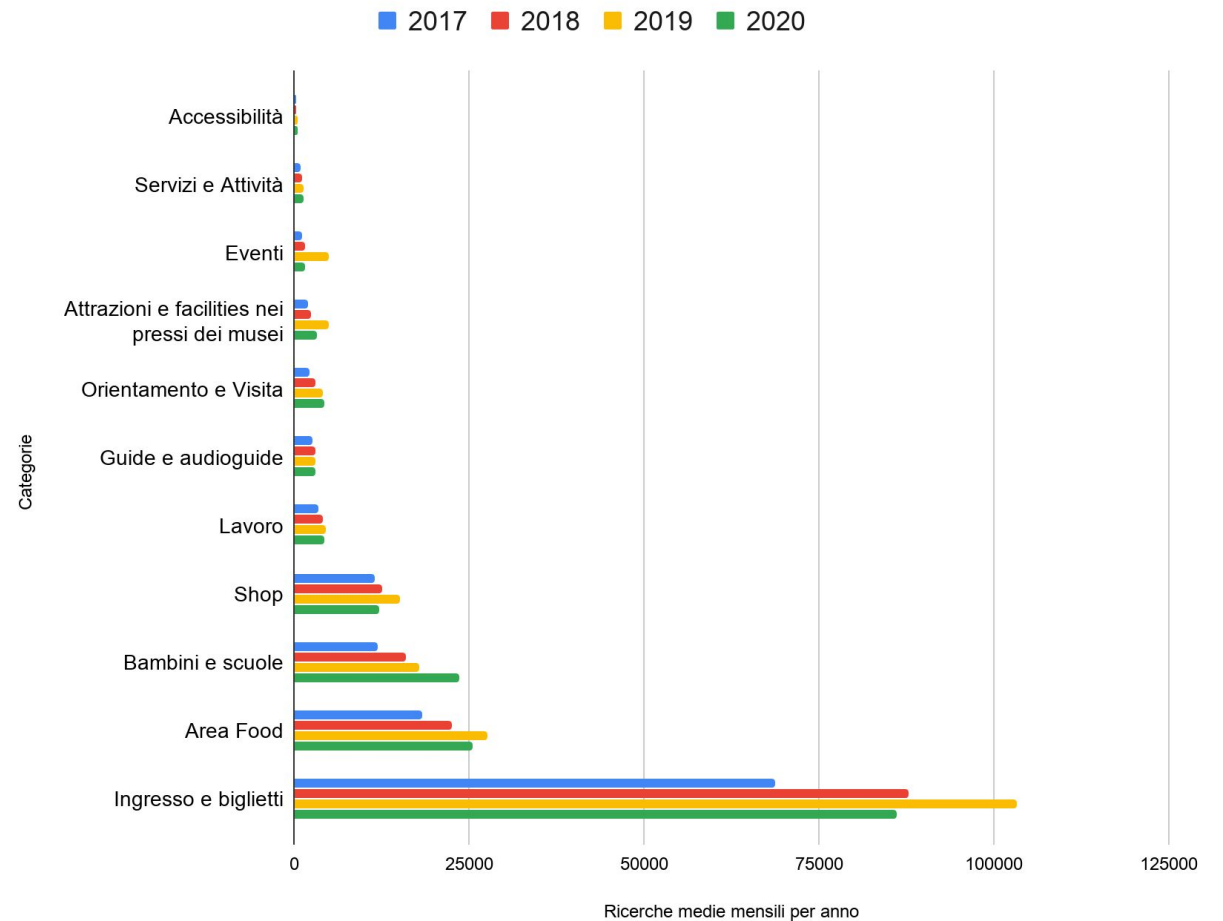
# Identificare gli interessi correlati a un'attrazione generica

## L'esigenza

Studiare i trend di ricerca relativamente agli etruschi e ai principali complessi museali europei, con focus sugli attributi e le tematiche più spesso cercate dai visitatori. Identificare le similitudini fra paesi e i paesi più promettenti.

## La soluzione

Attraverso la definizione e l'analisi di un set di oltre 20.000 keyword per ogni paese analizzato, abbiamo identificato i trend di mercato e i cluster di paesi simili per approccio alla ricerca, fornendo indicazioni strategiche che si riverberano oggi anche sulla architettura informativa del sito web.



Soluzione utilizzata

**IntentSonar**

# Analizzare le ricerche per gli hotel nelle regioni

## L'esigenza

Studiare le ricerche degli utenti rispetto agli hotel nelle singole regioni aggregando le ricerche di "coda lunga" per le singole città e paesi ed evidenziare trend di ricerca emergenti, in modo da indirizzare le priorità di inserimento di hotel all'interno di una directory digitale.

## La soluzione

Attraverso IntentSonar abbiamo estratto una lista di 150.000 keyword classificate automaticamente e ricondotte alle singole regioni, aggregando il volume di ricerca mensile per ogni regione ed analizzando in seguito stagionalità e trend.



Soluzione utilizzata

**IntentSonar**

# Grazie!



# datatrix

AI SOLUTIONS GROUP

[datatrixgroup.com](https://datatrixgroup.com)

---



**finscience**  
THE INVTECH OF DATRIX

[finscience.com](https://finscience.com)

**Milano**

Foro Buonaparte 71  
20121 Milano  
Tel +39 02 76281064



**paperlit**  
THE PUBTECH OF DATRIX

[paperlit.com](https://paperlit.com)

**Cagliari**

Largo Carlo Felice 18  
09124 Cagliari  
Tel +39 02 76281064



**3rdplace**  
AI MODELS OF DATRIX

[3rdplace.com](https://3rdplace.com)

**Roma**

Viale Luca Gaurico 91/93,  
00143 Roma  
Tel +39 02 76281064



**bytek**  
THE MARTECH OF DATRIX

[bytekmarketing.it](https://bytekmarketing.it)

**Viterbo**

Via dell'Agricoltura 8  
00110 Viterbo  
Tel +39 02 76281064



**adapex**  
THE ADTECH OF DATRIX

[adapex.io](https://adapex.io)

**New York**

27 East 28th Street  
New York, NY 10016  
Tel +1.718.618.9982