Idee per un piano di marketing del turismo a Verona

1. Il problema, ovvero perché si affronta questo argomento
2. Il contesto, ovvero qual è la realtà del turismo a Verona e in provincia di Verona
   1. Flussi turistici arrivi presenze vedere sito Provincia di Verona dati disaggregati per comune
3. I punti di forza e di debolezza del turismo a Verona
4. Le minacce e le opportunità per il turismo a Verona
5. Il processo decisionale del turista ovvero perché va in vacanza, perché sceglie un luogo, come si informa
6. Le azioni, ovvero come agire sui punti di forza e di debolezza
7. Una / tre / cinque / sette buone ragioni per recarsi, fermarsi a Verona ovvero rendere visibile l’invisibile