

Il benessere a 5 dimensioni

un progetto di innovazione
del concept e del prodotto

Five Dimensions Wellness™

è un *concept* coinvolgente che rilancia
il prodotto turistico *wellness* italiano
grazie alla valorizzazione di diversi
fattori di benessere che coinvolgono
totalmente la persona.



www.paolarizzitelli.it



Five Dimensions Wellness™

Premessa

Wellness è un atteggiamento proattivo di ricerca di attività e scelte che migliorano o mantengono uno stile di vita sano.

Il **Wellness Tourism** sta evolvendo dalla ricerca di statici momenti di piacere e relax al bisogno di percezione di un miglioramento qualitativo complessivo di se stessi durante il soggiorno (e dopo)



www.paolarizzitelli.it

Five Dimensions Wellness™

Valore per l'ospite

Un'esperienza di benessere a cinque dimensioni, rende la vacanza l'occasione per:

- scoprire la migliore versione di sé,
- condividere cultura del benessere e sentirsi parte di un modello di vita ideale,
- prendersi cura di sé, in modo proattivo,
- vivere un'esperienza dinamica,
- dare continuità ad uno stile di vita sano,
- tornare a casa migliorati e arricchiti,
- conoscere un nuovo lusso,
- ricevere stimoli che aumentano consapevolezza.



Five Dimensions Wellness™

Le opportunità per la struttura



- rispondere alla domanda di esperienze significative che stimolino sensazioni di appagamento, gratificazione, coinvolgimento, consapevolezza e quindi di benessere completo e duraturo,
- creare nuova memoria e ancoraggio nella mente dell'ospite,
- elevare il ruolo della spa a "centro di ricerca del benessere",
- ovvero creare un'esperienza di benessere anche al di fuori della spa,
- creare un prodotto benessere con o senza spa (di rilevanti dimensioni),
- creare un prodotto natural wellness (stay),
- aumentare il valore identitario e la reputazione della struttura,
- responsabilizzare il cliente nella creazione del benessere,



Five Dimensions Wellness™

Le opportunità per la struttura



- offrire una nuova forma di lusso misurabile da valori immateriali.
- destagionalizzare con il prodotto wellness in ogni periodo dell'anno,
- offrire una maggiore personalizzazione dell'esperienza,
- creare senso appartenenza al brand (nell'ospite e nei collaboratori),
- generare molteplici contenuti per la comunicazione,
- innovare il modello di business,
- elevare la value proposition del soggiorno grazie a piccoli dettagli,
- stimolare soggiorni più lunghi necessari a vivere un'esperienza completa.
- modificare la motivazione, da vacanza "mordi e fuggi" per l'evasione dal quotidiano ad un soggiorno immersivo, educativo e costruttivo.



www.paolarizzitelli.it

Five Dimensions Wellness™

L'esperienza



La wellness experience è UNA, grande e indimenticabile.

E' da intendersi come una serie concatenata di eventi che si svolgono nel tempo e nello spazio che possono modificare lo stato psico-fisico-emotivo coinvolgendo le cinque principali dimensioni del benessere.



www.paolarizzitelli.it

Five Dimensions Wellness™

Le cinque dimensioni del benessere



*Benessere **fisico**.*

tools kit: movimento, nutrizione , sonno.



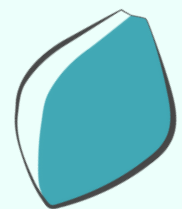
*Benessere **ambientale***

tools kit: ecologia, connessione, sostenibilità



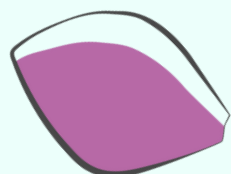
*Benessere **relazionale***

tools kit: accoglienza, condivisione, comunità



*Benessere **mentale***

tools kit: tradizioni, arti, apprendimento, relax



*Benessere **spirituale***

tools kit: privacy, natura, ascolto interiore,
tempo per se.



www.paolarizzitelli.it

Five Dimensions Wellness™

Nudging e architettura dell'esperienza:



Un "*nudge*" o "spinta gentile" è tecnicamente una modifica sottile dell'ambiente in cui le persone prendono le decisioni, progettata per incoraggiare scelte migliori per loro stesse o per la società.

Il nudging ha preso piede in numerosi ambiti economici, incluso il turismo, per suggerire buone pratiche e scelte utili.

L'esperienza di benessere FDM è frutto di un'architettura logistica, strategica e delle scelte dell'ospite.

Ne deriva la necessità di una **mappatura** (e relativa condivisione) delle attività, dei servizi e dei valori presenti riconducibili alle diverse dimensioni e di una **comunicazione** suggestiva che ispiri e stimoli l'esperienza, senza mai invadere la libertà dell'ospite.



www.paolarizzitelli.it

Five Dimensions Wellness™

Nudging e architettura dell'esperienza



In questo modo sarà possibile:

- mettere l'ospite nelle condizioni di costruire autonomamente e proattivamente l'esperienza complessiva più adatta alle proprie esigenze, permettendogli di riequilibrare con soddisfazione il benessere complessivo,
- costruire pacchetti/prodotti adatti a migliorare determinate dimensioni del benessere o ad intercettare specifici target interessati a temi come "stile di vita", "longevità sana", "natural wellness", "social wellness" etc.
- stimolare gli ospiti - attraverso una comunicazione dedicata - a toccare (se pur in misure diverse) tutte le dimensioni durante soggiorno anche con piccoli gesti e semplici attenzioni.



www.paolarizzitelli.it

Indossare il concept e marchio
Five Dimensions Wellness™
significa scegliere di **essere mete**
di *cultura del ben-vivere*
e di diventare moderni
nudgers del benessere
e di vacanze memorabili



www.paolarizzitelli.it

Five Dimensions Wellness™

Servizio



Consulenza di adeguamento brand

studio del brand attuale e adeguamento dell'identità al nuovo concept.

Mappatura del benessere

analisi dei servizi e codifica in chiave wellness in ogni specifica dimensione.

Implementazione e sviluppo

integrazione, miglioramento e sviluppo del prodotto wellness (servizi, forniture, pacchetti).

Comunicazione

creazione di contenuti della comunicazione interna ed esterna.

Monitoraggio

verifiche periodiche con formazione e consulenza.

Uso del marchio

utilizzo del marchio nel rispetto dei valori principi e standard qualitativi.



www.paolarizzitelli.it