



*In bici a pelo d'acqua*  
**CicloAtelier**

Come vogliamo che si sentano i nostri ospiti?

Design Thinking come approccio alla costruzione dell'offerta cicloturistica

Darco Cazin

**Interreg**

Fondo Europeo di Sviluppo Regionale  
ITALIA SVIZZERA - ITALIE SUISSE - ITALIEN SCHWEIZ



UNIONE EUROPEA



CAMERA DI COMMERCIO  
MONTE ROSA LAGH  
ALTO PIEMONTE

REGIONE  
PIEMONTE



DISTRETTO  
TURISTICO  
DEI LAGHI

Lago Maggiore  
Lago d'Orta  
Lago di Maggiore  
Monti e Valli d'Ossola

Hes·SO VALAIS  
WALLIS

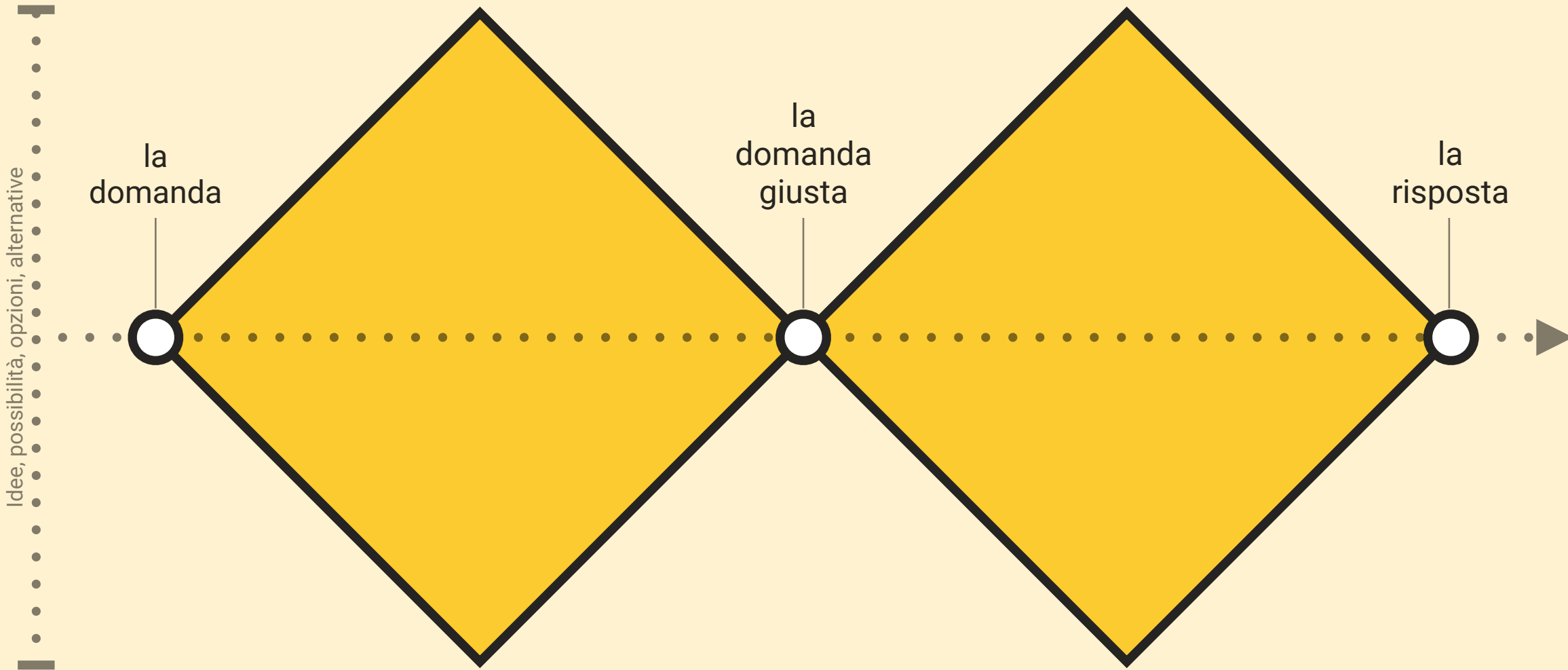


BICIPELOACQUA

# ALLEGRA

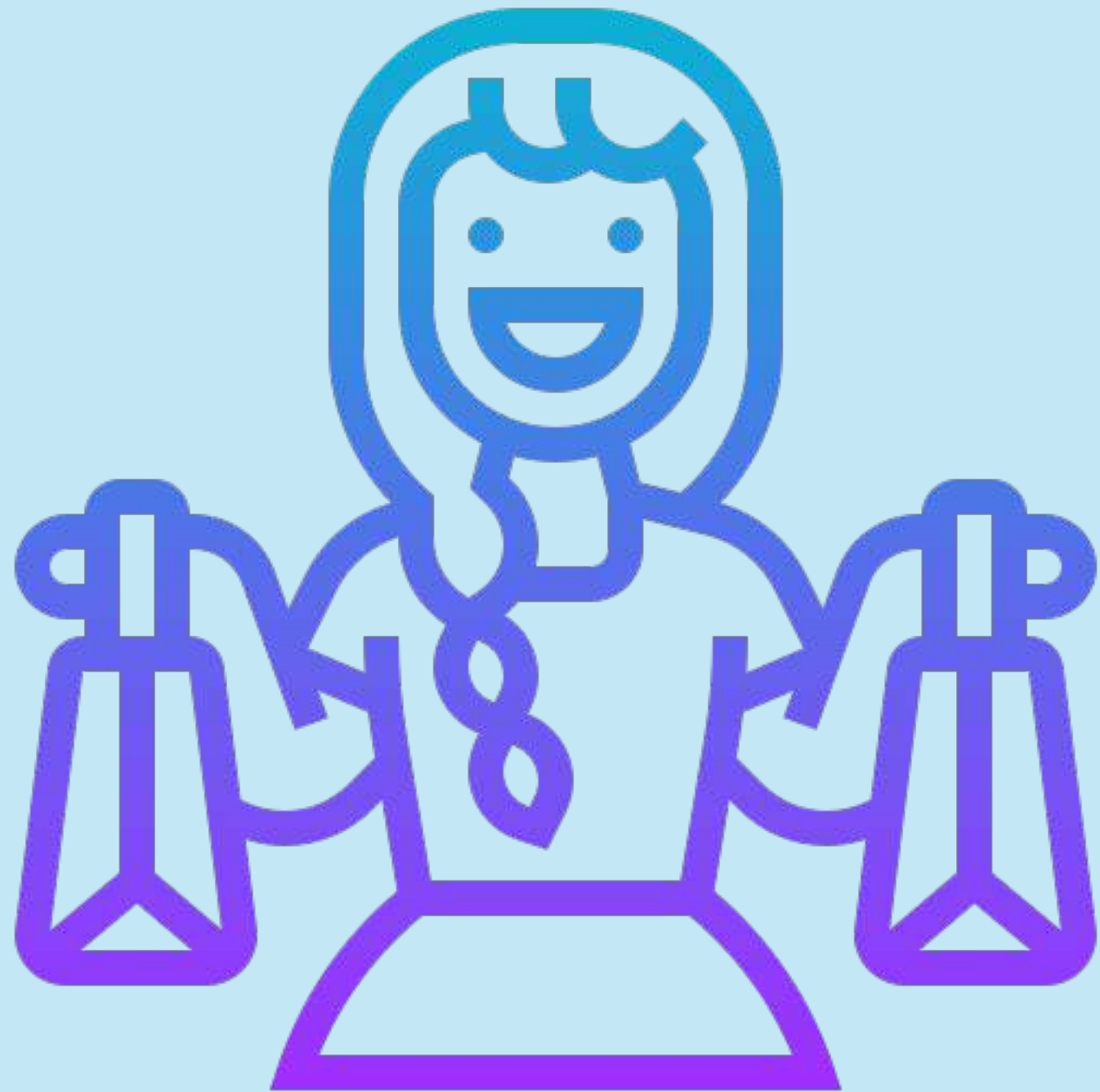
A scenic mountain landscape featuring a dirt trail winding through a valley. Three cyclists are riding along the trail, moving away from the viewer. The terrain is rugged with green grass and scattered rocks. In the background, there are large, steep mountains with some snow patches under a cloudy sky. A paved road runs parallel to the trail on the right side of the image.

[www.allegra-tourismus.com](http://www.allegra-tourismus.com)





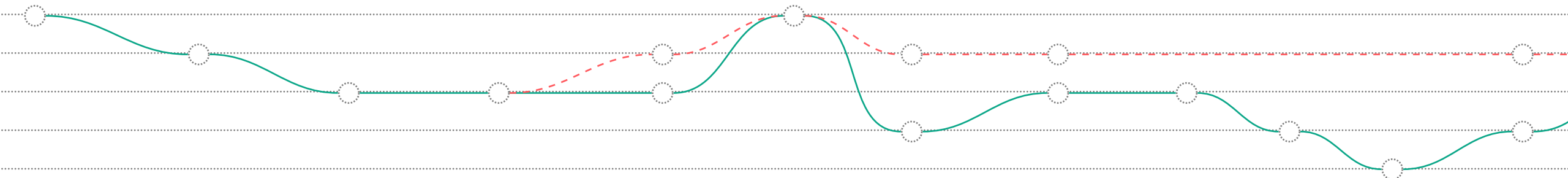
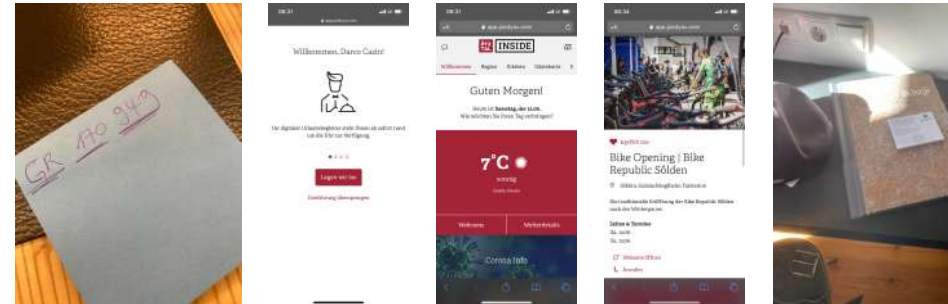
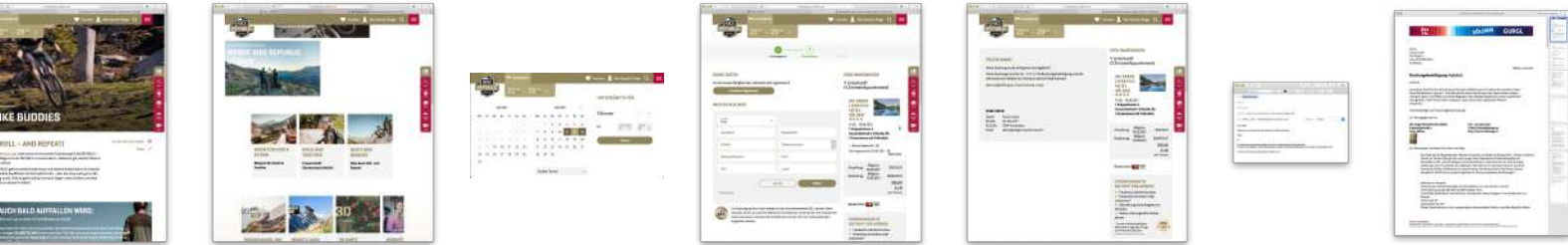






# Vor dem Besuch

# Ankunft



**Erkenntnis**  
Ankunft und Wiedererkennung über das emotionale Profil.

**Weiterleitungen digital**  
Die Führung von der Aufmerksamkeit zur Auswahl bis zur Buchung verläuft ohne grosse Hürden und speditiv.

**Teilen**  
Per Email wird den Buddies mitgeteilt, dass gebucht ist.

**Das Kleingedruckte**  
Nach einer unkomplizierten Buchung folgt nun doch noch ein Email voll Kleingedrucktem, welches nicht gelesen wird.

**Ankunft**  
Die Ankunft läuft normal im Hotel.

**Ötztal Inside**  
Der Ötztal Inside Assistent kommt auf das Telefon. Die spezifischen BRS Informationen sind aber nur generisch abgebildet und zum Opening gibt es nur Datum und Ort und Titel. Aber man ist ja schon hier. Jetzt.

**Info im Zimmer**  
Es ist zwar Opening und ich habe über BRS mein Zimmer gebucht, doch im Zimmer finde ich keine Informationen zum Opening oder zur BRS.

**Verbesserungsvorschlag**  
In zum Teilen des Angebotes könnte prominenter platziert werden.

**Verbesserungsvorschlag**  
-

**Verbesserungsvorschlag**  
Die Funktion zum Teilen der Buchung könnte ebenfalls eingefügt werden.

**Verbesserungsvorschlag**  
Die AGBs etc. verlinken, und pro Persona ein Bestätigungsemail entwickeln, mit den Musts in der Bike Republic und einer Einstimmung, z.B. einer Spotify Playlist für die Anreise.

**Verbesserungsvorschlag**  
-

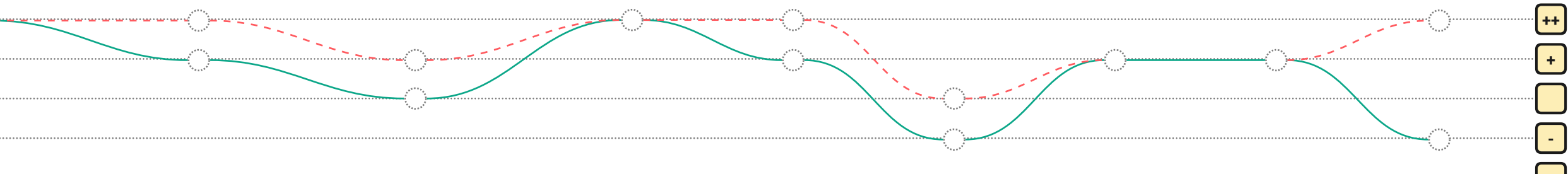
**Verbesserungsvorschlag**  
Ötztal Inside mit spezifischen BRS Informationen anpassen oder komplett von diesen trennen.

**Verbesserungsvorschlag**  
Gästeinformationen in den Bikehotels Informationen zur BRS ergänzen.



# Repeat & Sleep

# Again?



**Ihrer Element.** Die Trails artiger Tag unter Freunden mit viel

**Essen**  
Jetzt gönnen wir uns etwas Gutes. Etwas leichtes und viel zu trinken, damit die Speicher für den Nachmittag gefüllt werden können.

**Stille Seite**  
Die Bike Buddies fühlen sich nach einem Tag auf der lauten Seite wie die Könige. Also gibt es anstatt Wellness noch eine Runde auf der stillen Seite. Die wird aber fast zur Überforderung. Die Müdigkeit kommt dazu. Das war knapp und zum Glück ohne Sturz. Man hätte die Runde auch sein lassen können.

**Wellness**  
Ab in die Sauna. Und ins Wasser. Und dann im Bademantel rumhängen. Man gönnt sich ja sonst nichts.

**Essen**  
Essen gut. Trinken gut. Die Spendierfreudigkeit ist gross. Die Speisekarten könnten zeitgemässer sein.

**Hier wäre es gewesen**  
Am Schluss des Tages haben die Bike Buddies eine klare Übersicht über die Bike Republic Sölden. Die versteckte Bike-Info an der Hotelbar kommt da leider zu spät.

**Nächster Tag**  
Die Bike Buddies haben die BRS verstanden und können sich nun anhand der Karte den zweiten Tag zusammenstellen. Die Unsicherheit betreffend den Schwierigkeitsgraden ist weg.

**Ein langes Wochenende**  
Ein langes Wochenende mit vielen Eindrücken liegt hinter den Bike Buddies. Zufriedenheit und Müdigkeit vermischen sich.

**Zufrieden?**  
Verglichen mit den erlebten Emotionen kommt das Dankes-Email sehr nüchtern und kalt daher.

**Verbesserungsvorschlag**  
Die Auswahl an leichten, zeitgemässen Speisen (auch fleischlos) kann weiter ausgebaut werden.

**Verbesserungsvorschlag**  
Einen vorgeschlagenen Tagesablauf für die Bike Buddies erarbeiten, vor allem für die Trail-Abfolge.

**Verbesserungsvorschlag**  
-

**Verbesserungsvorschlag**  
In der Gastronomie sind die Bike Buddies als Zielgruppe noch nicht erkannt. Dafür kann man im Ort noch sensibilisieren.

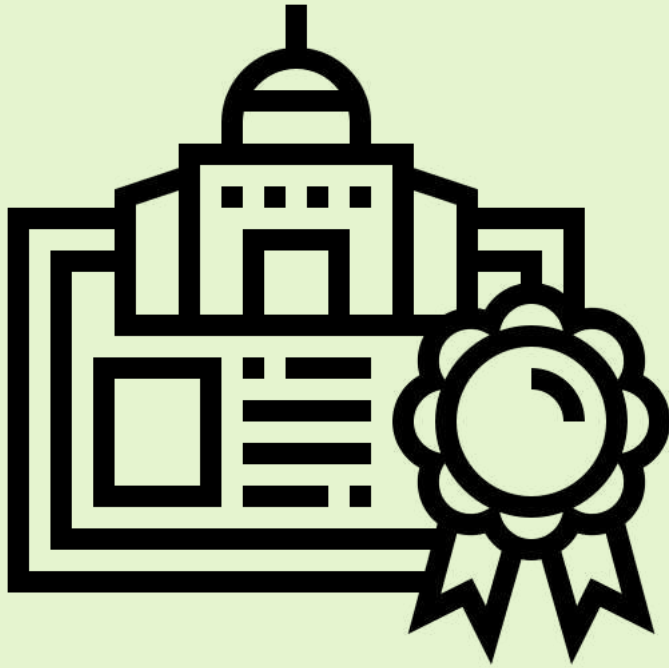
**Verbesserungsvorschlag**  
Die Bike-Infos müssen zu Beginn des Aufenthalts oder schon davor für den Gast zugänglich sein, inklusive im Bestätigungsemail und im Zimmer.

**Verbesserungsvorschlag**  
Eine Empfehlung für den ersten und zweiten Tag mit einer genauen Abfolge von Trails angeben.

**Verbesserungsvorschlag**  
-

**Verbesserungsvorschlag**  
Emails zum Dank im Stil der BRS aufbereiten für alle Bikehotels. Ein Incentive oder eine Aufforderung mitgeben. Hinweisen auf die sozialen Medien. Ein Mittel gegen Heimweh nach der BRS vorschlagen. Zum Nationalfeiertag einladen .....

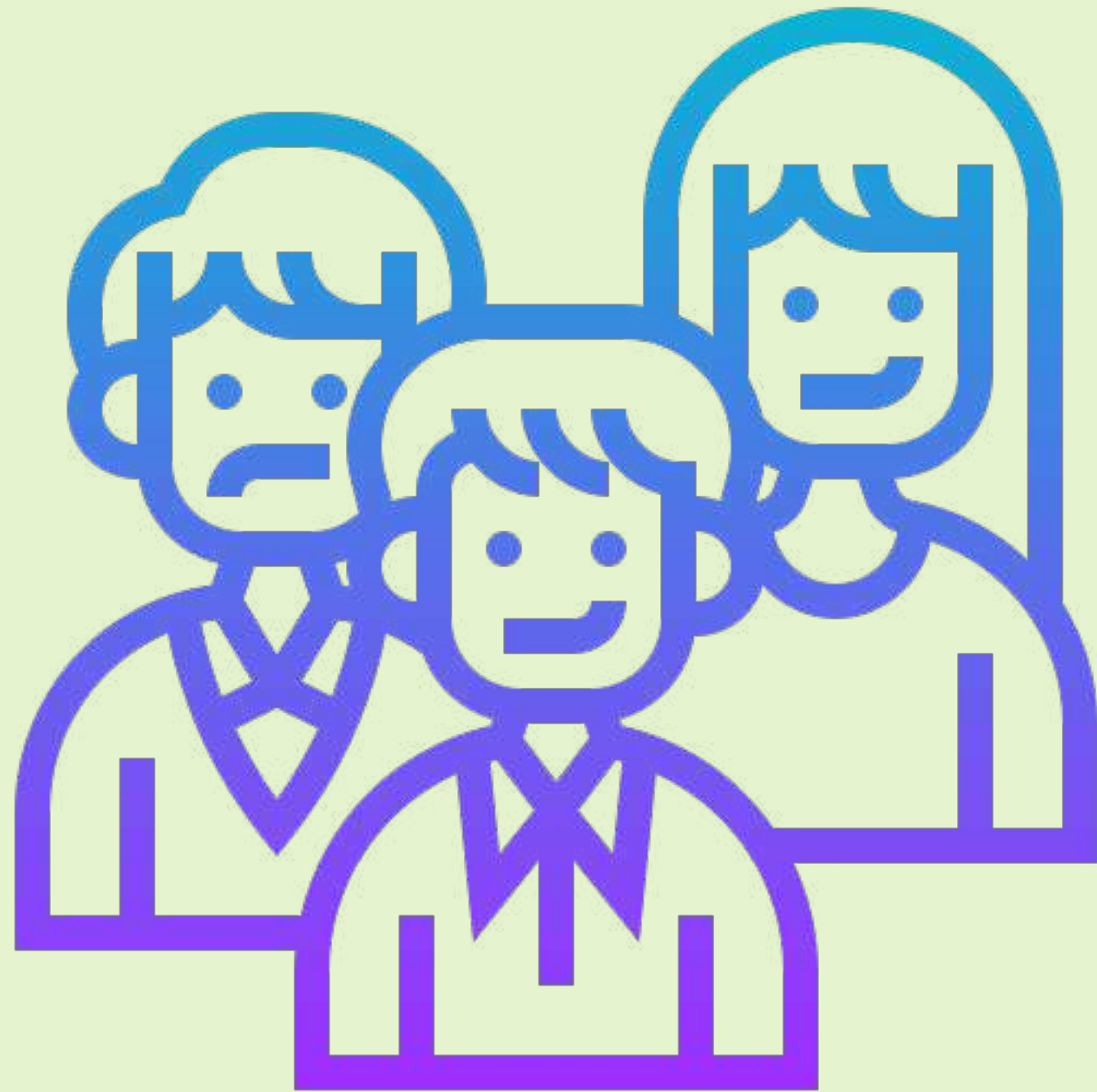
**Verbesserungsvorschlag**  
-

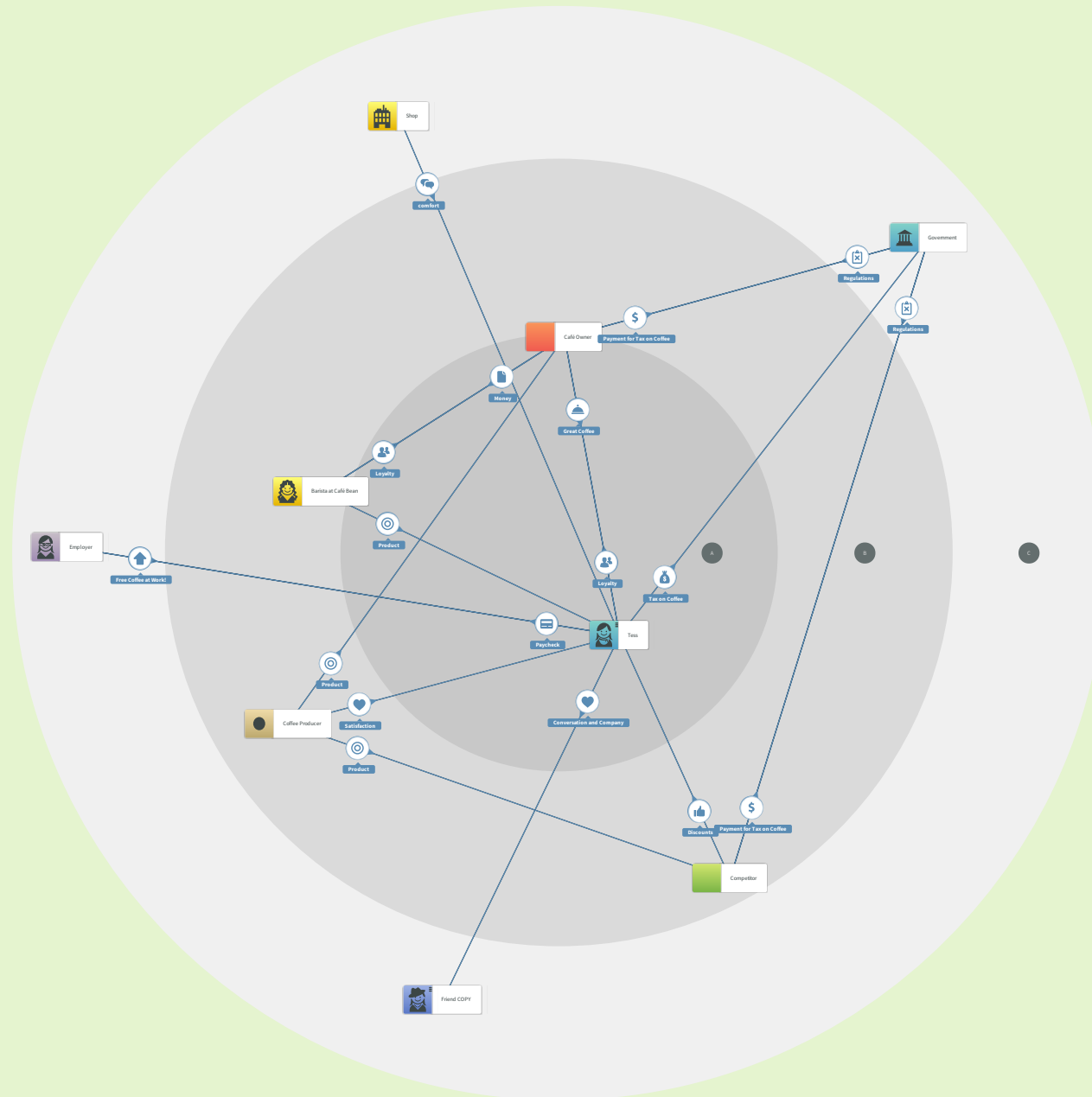


**CORPORATE**



**COMMUNITY**





- A Essential
- B Important
- C Interesting

Legend for stakeholder types and roles:

- Tax (person icon)
- Government (building icon)
- Friend COPY (person icon)
- Coffee Owner (orange square)
- Employer (person icon)
- Competitor (green square)
- Coffee Producer (brown circle)
- Shop (yellow building icon)
- Barista at Cafe Bean (person icon)

- Conversation and Company
- Health Advice
- Tax on Coffee
- Great Coffee
- Regulations
- Payment for Tax on Coffee
- Free Coffee at Work
- Loyalty
- Discounts
- Money
- Paycheck
- Satisfaction
- Product
- comfort







WUTLEGE.COM

REKREATION

- Miscellaneous
- Buch
- Tea
- ...

OLIZEI

BOTSCHAFT

MEDIE

KAMP

nicht auflösen

Handlung

Hauptrolle

Spannung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung

Wahrnehmung





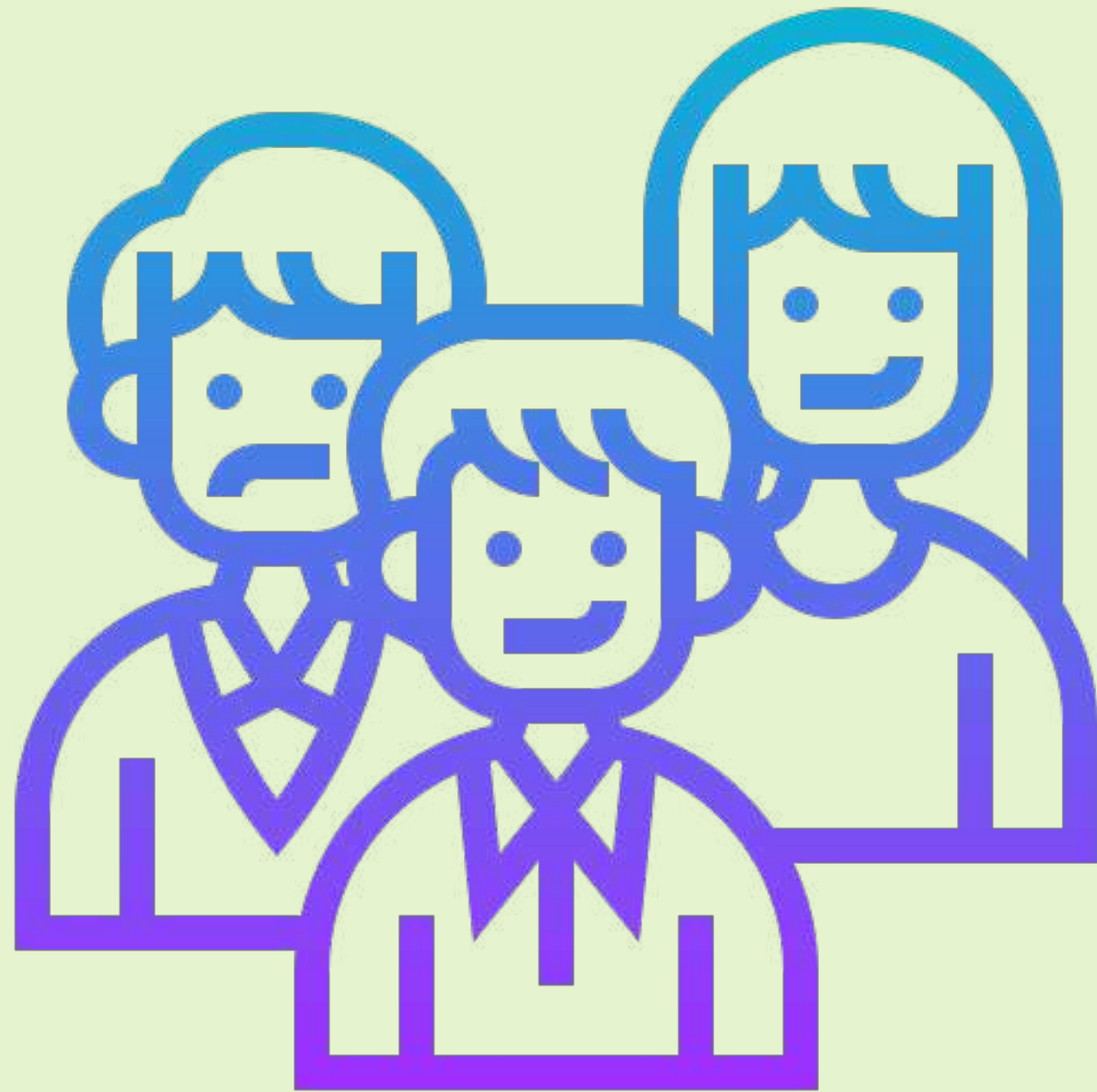








Ha  
on!



- Ist sich bewusst, wie die eigene Subjektivität die persönliche Weltsicht prägt
- Hat eine stärkere Wahrnehmung der Mitarbeiter und des Miteinanders
- Ist abwägend, inkludierend, relativierend
- Nimmt mehrere Perspektiven wahr
- Kann eigene und andere Sichtweisen hinterfragen
- Ego wird kleiner, manchmal gleichmachend
- Verfügt über stärkere Selbstbeobachtung
- Sieht seine Schattenseiten
- Hat eine individuelle und persönliche Art
- Bringt ungewöhnliche, neue Perspektiven ein
- Nimmt eigene Gefühle und das „Wir“ wahr
- Hat bewussten Kontakt zu eigenen Gefühlen
- Verfügt über Bewusstsein für die eigene Subjektivität
- Kann zirkulär und in Systemen und Verbindungen denken
- Ist multiperspektivisch
- Erkennt größere Zusammenhänge
- Ist sich seines Schattens bewusst und versöhnt mit eigenen negativen Anteilen
- Kann mit Paradoxa umgehen und diese in die eigenen Sichtweisen inkludieren
- Ist komplex und originell in den Antworten
- Hat einen hohen Wunsch nach Selbstentwicklung
- Verfügt über einen kreativen Umgang mit Konflikten
- Hat Respekt vor der Autonomie anderer

**Ha consapevolezza della propria soggettività**  
**Può pensare in modo circolare e in sistemi e connessioni**  
**Sa affrontare i paradossi**  
**Ha rispetto per l'autonomia degli altri**



@DARCOCAZIN