



Turismo de compras: cómo ayudar a los comercios a atraer a los turistas



GENERALITAT
VALENCIANA

iVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

CEEI
VALENCIA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS



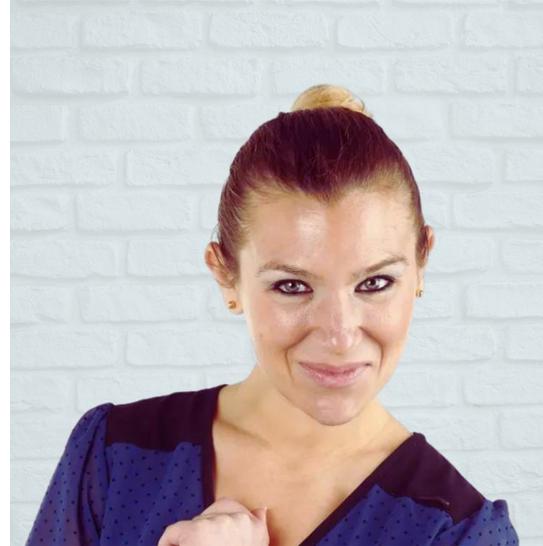
SUMERU

¿Quiénes somos?



Clara Soler

Consultora de marketing y comunicación
Diplomada en turismo



Victoria Ferrete

Consultora de marketing y comunicación
Licenciada en periodismo

¿Dónde nos puedes encontrar?



sumeru.es



sumeruformación.es

GUIÓN DEL WEBINAR

1- ¿Qué ofrezco?

2- ¿A quién?

3- ¿Cómo?





iCoge papel y boli!





Servicios o productos

Apunta, en una frase o dos (texto cortito);

- ¿qué ofreces?
- ¿qué problema solucionas?

Por ejemplo:

Somos una agencia de comunicación y marketing, especializada en la creación de contenidos y acciones online, cuyo objetivo es ayudar a nuestros clientes a tener visibilidad y que consigan sus objetivos de marca y ventas. Y además les formamos en el mundo digital.

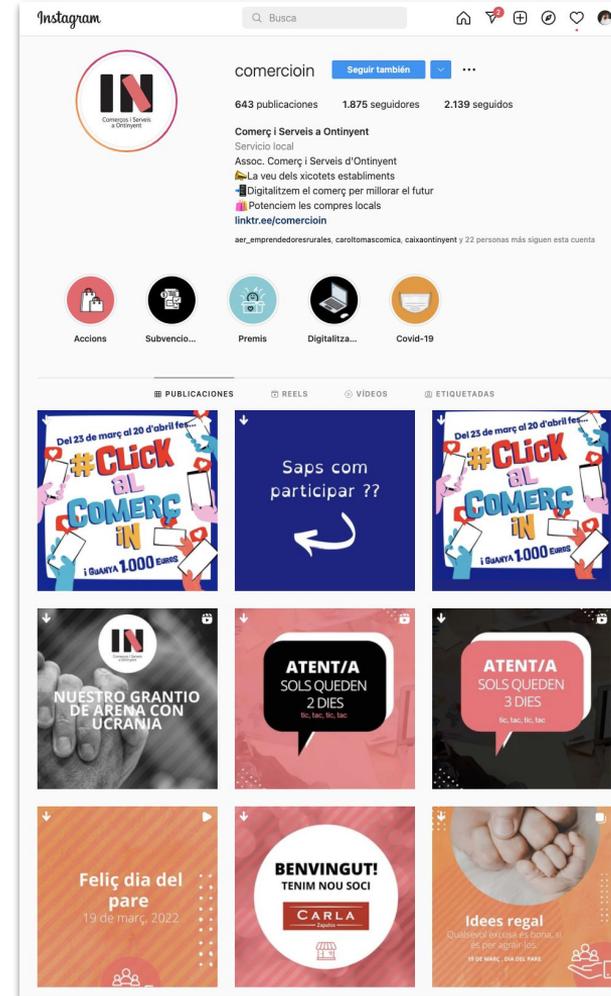
Ejemplo

Somos una marca de ropa de mujer, dónde, a demás de vestir a nuestras clientas dotándolas de carácter propio y personalidad, asesoramos, hacemos arreglos y ropa a medida.

Imagen de marca

Si accedo a vuestros canales:
web, redes sociales, etc...

¿voy a saber a qué os
dedicáis?



¿Qué opinan de vosotros/as?



1- opiniones de amigos y familiares.

2- opiniones de clientes

Sumeru, agencia de comunicación y marketing digital [Recibir más reseñas](#)

Carrer del Real, 22, bajo, Albalda, Province of Valencia

5,0 ★★★★★ 11 reseñas

Laura Ortega
1 reseña
★★★★★ Hace 2 meses
Positivos: Capacidad de respuesta, Profesionalidad
Es un placer trabajar con Sumeru! Es muy fácil trabajar con estas chicas, pues entienden a la primera lo que necesitas ;)
Responder 1

Fernando Albert Guillem
★★★★★ Hace 2 meses
Responder

Jordi Tormo
3 reseñas
★★★★★ Hace 2 meses
Positivos: Calidad, Profesionalidad, Valor
Siempre es un placer colaborar con el equipo de Sumeru, especialmente en proyectos de formación, para mejorar la capacitación de los emprendedores y empresas
Responder





**DESPUÉS DE ESTAS
REFLEXIONES...**



Identidad e imagen corporativa

IDENTIDAD CORPORATIVA: Es la forma de proyectar tu empresa hacia fuera, hacia los consumidores.

Lo forman: nombre de la empresa, logo, colores, eslogan, la tipografía...

IMAGEN CORPORATIVA: Es la percepción que tienen los demás sobre esa empresa.

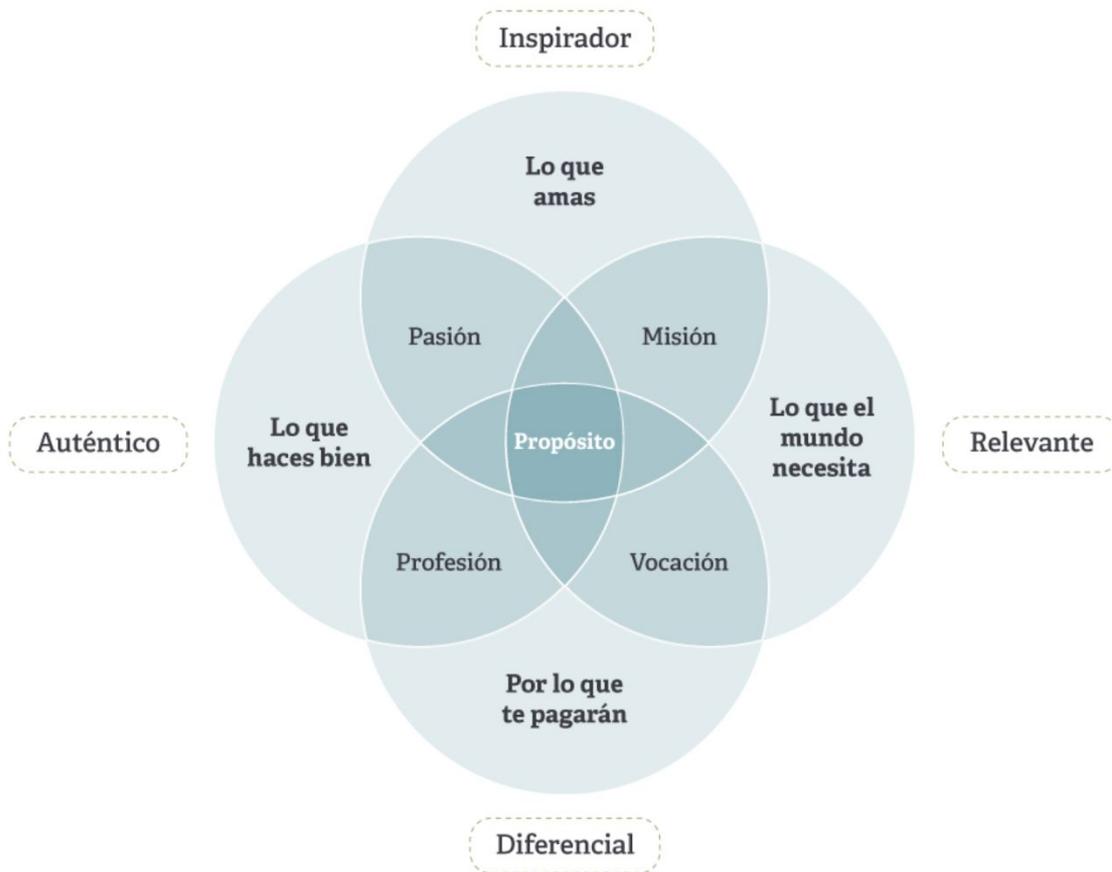
La imagen corporativa es el resultado de aplicar la identidad corporativa + la estrategia de comunicación, para provocar que el público vea tu empresa de una determinada manera.

Cuando la gente tiene una imagen de una empresa que se corresponde con los objetivos de esa empresa, algo positivo, decimos que tienen una buena **imagen corporativa**.



> > > Tú marca

El propósito





TU PÚBLICO

¿A quién? Público objetivo



Marina, 51 años

📍 Eix

Es propietaria de una tienda de calzado. Tiene dos hijas estudiando en Valencia de 22 y 20 años. Divorciada con nueva pareja.



Marina suele escaparse los fines de semana con su nueva pareja. Normalmente, viaja los sábados por la tarde o domingos todo el día porque algunos sábados por la mañana tiene que ir a la tienda. Él es de Denia y les gusta conocer rincones de la CV. Está feliz y sus hijas son independientes.

¿Qué le motiva a contratar planes con **Essencys**?

- Aunque siempre le ha gustado conocer los pueblos de alrededor, ahora tienes más ganas que nunca de viajar.
- El precio no es un impedimento para ella. Tanto ella como su pareja están muy bien económicamente.
- Ella tiene un negocio y le gusta apoyar a los negocios locales.

Sus preocupaciones

- Que las actividades estén abarrotadas de gente.
- Medidas COVID. Sus padres son mayores y van con mucho cuidado
- Le preocupa que el dinero de la actividad no llegue al productor final y se quede por el camino en intermediarios.

¿Quién influye en sus decisiones de compra?

Sus amigas, las chicas de la tienda, sus hijas, Facebook, WhatsApp y su pareja.



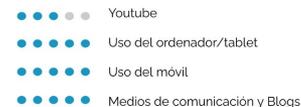
Jesús, 40 años

📍 Vivo en

🏢 Trabaja en empresa de logística

🏆 Jugador de nivel medio-alto que suele jugar 2-3 veces a la semana
Interesado en la innovación tecnológica.

Suele cambiar de pala una vez al año.



Apasionado del pádel. Aprovecha cualquier momento para buscar información sobre su deporte favorito.

Motivaciones para confiar en **nombre del cliente**

- Ayuda a elegir la pala que más se adapta a su juego.
- Garantía de que compra un producto de calidad.

Rechazos

- Desconoce nombre del cliente.

¿Quién influye en sus decisiones?

Su entrenador de pádel y los comentarios de jugadores de su entorno.

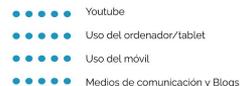


Cristina, 30 años

📍 Vivo en Barcelona

🏢 Responsable de desarrollo de producto en Munich

🏆 Perfil técnico pero a su vez implicado en estrategia de ventas y definición de público objetivo
Capacidad de influencia sobre cargo responsable y con poder de decisión
Apuesta por las nuevas tecnologías



Es heavy user de Internet y las redes sociales. Las utiliza para inspirarse, buscar información, comparar y ver otros comentarios. Las utiliza tanto a nivel personal como profesional

Motivaciones para confiar en **nombre empresa**

- Es la herramienta que necesita para no trabajar a ciegas
- Asesoramiento en la fase de prototipos de producto
- Permite llegar a los consumidores como marca top.

Rechazos

- El coste económico
- Desconocimiento de la marca y su uso

¿Quién influye en sus decisiones?

Efecto contagio de otras marcas. Valor cliente como referente técnico (Ferias, Conferencias, UPV)

> > > Datos: Perfil turista de tu municipio

europapress / c. valenciana / turismo Publicado 20/02/2022 13:58

La Comunitat recibió en 2021 más de cuatro millones de turistas extranjeros que desembolsaron 4.341 millones de euros

Archivo - Hoteles en la Comunidad Valenciana - EUROPA PRESS - Archivo

Un 59% y un 76% más, respectivamente, en relación con 2020, aunque siguen sin alcanzar los datos de prepandemia

VALÈNCIA, 20 Feb. (EUROPA PRESS) -

La Comunitat Valenciana ha recibido en 2021 un total estimado de 4.019.625 turistas extranjeros en todo tipo de alojamientos, un 58,1 por ciento más respecto a 2020, mientras que el gasto total, estimado en 4.341 millones de euros, ha crecido un 75,7% respecto al año anterior.

Así se desprende del 'Balance Turístico de la Comunitat Valenciana del año 2021', elaborado por el Área de Competitividad Turística de Turisme Comunitat Valenciana, a partir de Fronturn-Egatur y de las encuestas de ocupación en alojamientos turísticos del Instituto Nacional de Estadística, publicado todo ello recientemente en la web de la

Turisme Valencia ofrecido por

Pon tu esencia en todo lo que crees.

Adobe x Billie, E! etc.

Nuevo Paga en 3 plazos sin intereses



valenciaplaza

POR DETRÁS DE BALEARES, CATALUÑA, CANARIAS Y ANDALUCÍA

La Comunitat Valenciana, la quinta más visitada en 2021 por turistas internacionales

Valencia Plaza

TURISMO

f
t
in
e
w

6/02/2022 - VALÈNCIA. (EP) Baleares, Cataluña y Canarias fueron las comunidades autónomas más visitadas a lo largo de 2021 por turistas internacionales, mientras que la Comunitat Valenciana se situó en quinto lugar con 4 millones de turistas, según la estadística de movimientos turísticos en frontera (Fronturn), del Instituto Nacional de Estadística (INE).

España recibió la visita de 31,1 millones de turistas internacionales en 2021, lo que supone un 64,4% más que en 2020, año negro para el sector turístico por la irrupción del Covid. Pese a este fuerte repunte, el número de turistas registrado en 2021 es un 62,7% inferior al existente en 2019, antes de la pandemia, cuando alcanzó los 83,5 millones de viajeros.

Mis datos

Web y redes sociales





¿CÓMO?

CON DIFERENTES TÁCTICAS



> > > ¿Cómo actúa? - Proceso de compra

Proceso de búsqueda activa que lleva a cabo un consumidor potencial hasta convertirse en una venta de nuestro producto o servicio



Descubrimiento

Tengo una necesidad



Opción A
Opción B
Opción C

Consideración

Tengo varias opciones



Decisión

Decido entre una de ellas



Opción A
Opción B
Opción C

> > > ¿Cómo actúa? - Proceso de compra

Cuando pensamos en público turista, tendremos que diferenciar entre:

- Público nacional
- Público internacional (con diferentes idiomas)

Y necesidades o deseos que tengan vinculados por su condición de turistas. Por ejemplo:

- Querrán facilidades de envío a su país.
- Posibilidad de comunicarse en su idioma
- Productos- experiencias típicas de la zona que visiten
- Refuerzos positivos (testimonios y opiniones) de personas de su lugar de origen.

> > > ¿Cómo actúa? - Proceso de compra



¡Haz una búsqueda!



>>> ¿Cómo actúa? - Proceso de compra

Portales especializados

Google Maps

Google My Business

mejor restaurante gandia

Todo Maps Imágenes Noticias Shopping Más Herramientas

Aproximadamente 1.290.000 resultados (0,65 segundos)

Buscar resultados en

Tripadvisor LOS 10 MEJORES restaurant... TheFork LOS 10 MEJORES restaurant... Local

Restaurante

Restaurante Telerio

4,7 ★★★★★ (744) · €€ · Mediterránea

Carrer Sant Ponç, 7

Cerrado · Apertura: 13:30 (mar)

Su sitio web menciona **mejor restaurante**

Restaurante Tot Bo Gandia.

4,6 ★★★★★ (496) · €€ · Restaurante

Carrer de Joan Ramon Jiméñez, 2

Cerrado · Apertura: 13:30 (mié)

Comer allí · Para llevar · No hay entrega a domicilio

El Almacén

4,4 ★★★★★ (285) · Argentina

Frente el Ayuntamiento de, Carrer Joan Andrés, 18

Cerrado · Apertura: 13:00 (mié)

De los mejores sitios para comer una carne espectacular.*

Ver todo

Portales especializados

Medios de comunicación

https://www.tripadvisor.es > ... > Gandia

LOS 10 MEJORES restaurantes en Gandia - TripAdvisor

Restaurantes en Gandia ; 1. Restaurante Romanova Gandia · 666 opiniones · "Excelente!"; 2. Pizzeria Volare (Restaurante normal) · 378 opiniones · "Muy buena cena y ..."

¿Cuáles son los mejores restaurantes de Gandia con servicio de entrega a domicilio?

¿Cuáles son los mejores restaurantes de Gandia que ofrecen comida para llevar?

https://www.tripadvisor.es > ... > Gandia

Los mejores restaurantes para cenar en Gandia - TripAdvisor

Los mejores restaurantes para cenar de Gandia · 1. Restaurante Romanova Gandia · 666 opinionesAbierto ahora · 2. Avallier · 347 opinionesAbierto ahora · 3.

https://www.thefork.es > restaurantes > gandia-c183718

LOS 10 MEJORES restaurantes de Gandia 2022 - TheFork

Los mejores restaurantes de Gandia · Telerio · Street Food · By Chema Soler · Alquimia · Hawell Indian Gandia · La Huerta · Hotel Babel · Jack the Pepper · Cavanilles17 ...

¿Dónde puedo comer bien en Gandia?

¿Hay algún restaurante en Gandia que sea adecuado para ir con amigos?

https://www.degandia.com > los-mejores-restaurantes-d... >

Los mejores restaurantes de Gandia del 2022

16 mar 2021 — Los mejores restaurantes de Gandia ; 1 Restaurante Finca Limonar. 1.1 ; 2 Restaurante SaboreArte. 2.1 ; 3 Restaurante Telerio. 3.1 ; 4 Restaurante ...

Domingo: 13:30-16:00

Restaurante Finca Limonar · Restaurante SaboreArte · Restaurante Telerio

Has visitado esta página 2 veces. Fecha de la última visita: 14/02/22.

https://gastoranking.es > Restaurantes > Valencia >

Los mejores restaurantes en Gandia - GastroRanking

Los mejores restaurantes en Gandia · Restaurante Telerio · Sancho's · La Tarta Dorada · El Asombro Garden Grill · Pizzeria Volare · Rite la Ermita · Vins i mes ...

https://www.elespanol.com > Cocinillas > Restaurantes >

Seis restaurantes de Gandia que merece la pena visitar este ...

8 ago 2019 — La capital de La Safor tiene mucho que ofrecer en materia gastronómica. Estos son los mejores restaurantes de Gandia para reservar este verano.

http://turisteandoporgandia.com > restaurantes-en-gandia >

Restaurantes en Gandia. Guía de restaurantes recomendados

Tapas y platos de la cocina tradicional valenciana. Carta acertada de vinos por copas. Buen servicio y estupenda terraza en plaza peatonal. Menú diario. Precio ...

> > > Acciones para entrar en el proceso de compra

GESTIÓN EN REDES SOCIALES: Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok

WEB: sencilla, usable y muy adaptada al móvil.

OPINIONES: generar más y mejores opiniones en redes

CREAR CONEXIONES: influencers, medios locales o especializados, profesionales del turismo, hoteles, taxis...

PUBLICIDAD: en redes sociales, Google y medios especializados



¿CÓMO?

**TÁCTICA 1: GOOGLE MY
BUSINESS**





Táctica 1: Google My Business



Comunicación Geolocalizada para los turistas.

Se apoya en Google Maps

Ofrece opiniones de terceros que pueden estar escritas en su idioma.

Pueden utilizar el “Cómo llegar”



Táctica 1: Google My Business

POSICIONAMIENTO

Mejora cuantas más y mejores opiniones recibes.



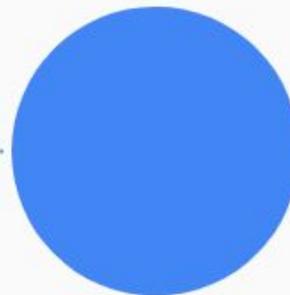
CONVERSACIÓN

Recibe el feed back, analiza, responde y aprende.



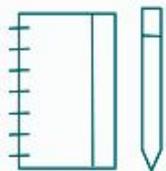
RED SOCIAL

Publica tus novedades, enlaza y actualiza contenidos



> > > Táctica 1: Google My Business

¿Por qué es esencial en mi estrategia de comunicación con turistas?



INFORMACIÓN



MEJORA EL
POSICIONAMIENTO
SEO



VINCULA TU FICHA
CON GOOGLE MAPS

> > > Táctica 1: Google My Business

¿Por qué es esencial en mi estrategia de comunicación con turistas?



GENERA
CONVERSACIÓN
BIDIRECCIONAL



OFRECE
ESTADÍSTICAS



APORTA
CREDIBILIDAD
(RESEÑAS)

> > > Táctica 1: Google My Business

¿Por qué es esencial en mi estrategia de comunicación con turistas?



ESCAPARATE
VIRTUAL (MUESTRA
PRODUCTOS)



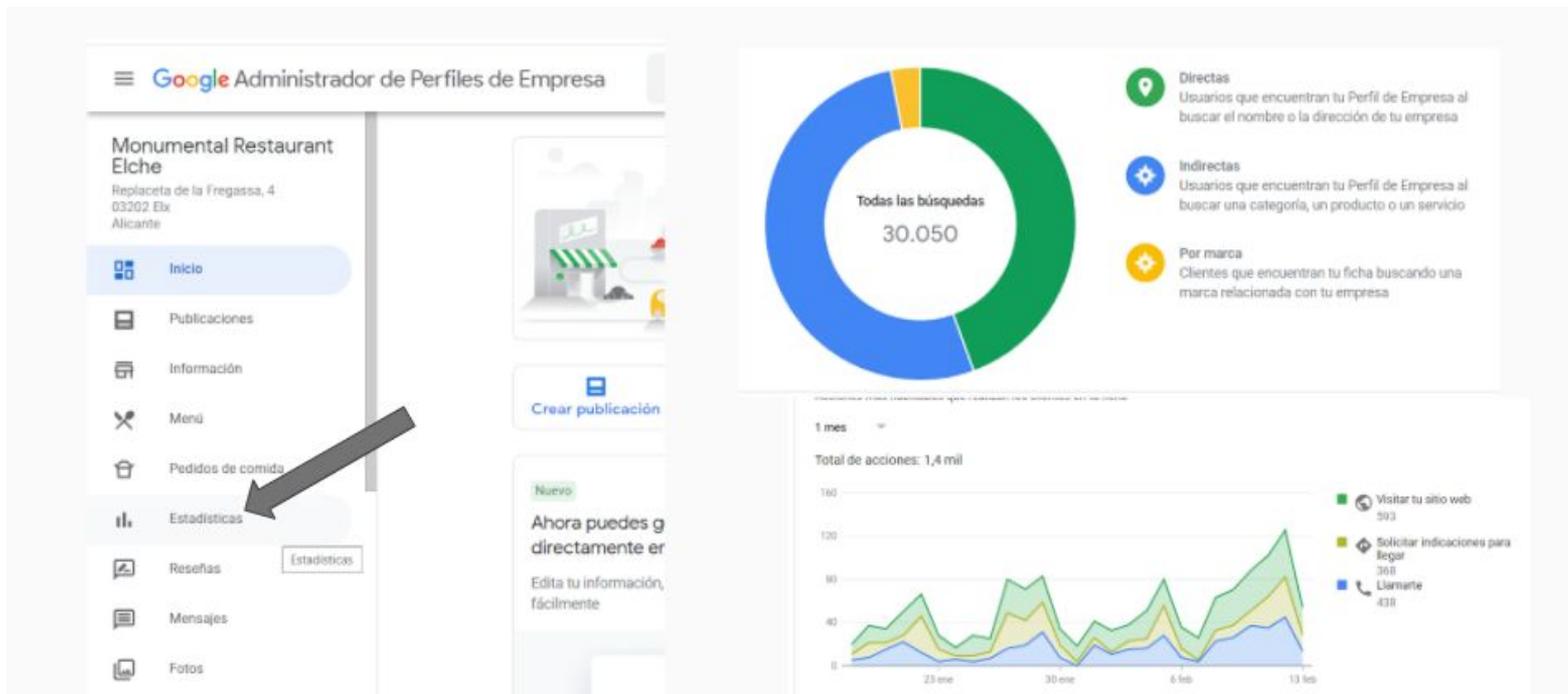
PUBLICACIÓN
NOTICIAS Y
PROMOCIONES



¡GRATIS!

> > > Táctica 1: Google My Business

¿Cómo sé lo que el usuario hace en mi página?



> > > Táctica 1: Google My Business

¿Cómo conseguir más reseñas? ENLACE DIRECTO

The image shows the Google My Business dashboard for 'Monumental Restaurant Alicante'. The dashboard includes a search bar, a sidebar with navigation options, and several main content cards. A red circle highlights the 'Consigue más reseñas' section, which contains the text 'Comparte tu perfil de empresa y consigue nuevas reseñas de los clientes' and a 'Compartir perfil' button. A black arrow points to the 'Inicio' button in the sidebar.

Google My Business

Busca alguna empresa

Monumental Restaurant Alicante
C/ Reyes Católicos, 26
03003 Alicante

Inicio

Publicaciones

Información

Menú

Estadísticas

Mejora tu posición en las búsquedas locales y ayuda más a tus clientes con un perfil completo.

85 %

Añadir logotipo

Usa una experiencia interactiva en 360° para mejorar tu visibilidad online y generar más tráfico hacia tu empresa.

Empezar

Consigue más reseñas

Comparte tu perfil de empresa y consigue nuevas reseñas de los clientes

Compartir perfil

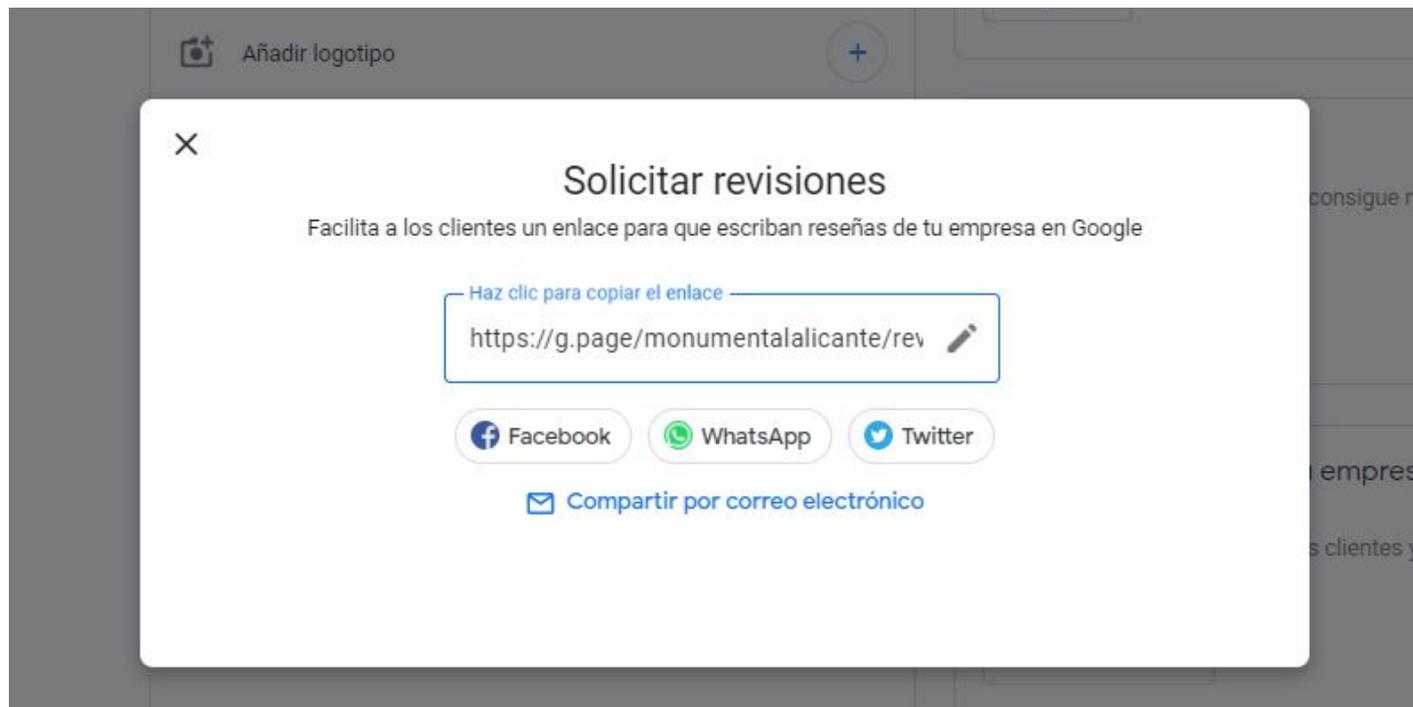
Añade un administrador a tu cuenta

Invita a más usuarios para gestionar tu perfil de empresa

Enviar invitación

> > > Táctica 1: Google My Business

¿Cómo conseguir más reseñas? ENLACE DIRECTO





¿CÓMO?

**TÁCTICA 2: GENERAR MÁS Y
MEJORES OPINIONES**





Táctica 2: Generar más y mejores opiniones

¿Dónde se pueden generar opiniones online?

- Google My Business
- TripAdvisor
- Redes Sociales
- Grupos en redes sociales
- Foros- grupos de conversación



Táctica 2: Generar más y mejores opiniones

¿Cómo puedo generar opiniones?

- Emailing
- Tarjetas Con Código Qr Tras El Servicio
- Whatsapp: Listas Difusión A Clientes
- Redes Sociales
- Club De Fidelización
- Sorteo Entre Los Participantes
- Pedir Opiniones A Clientes Muy Satisfechos O Habituales
- Incluye Las Reseñas En Otras Redes Sociales



Táctica 2: Generar más y mejores opiniones

Sorteo entre clientes

Esta acción es válida para recoger datos de los clientes y para generar opiniones.

Tras el servicio o compra se entrega una tarjeta indicando que se realizará un sorteo entre aquellos que hayan comprado y que quieran suscribirse a la newsletter/ lista de difusión de whatsapp. : Tendrán que enviar un Whatsapp con la palabra PARTICIPO. Cara B enlace mediante QR a las opiniones de Google My Business

Resultado: generamos comunidad e incrementamos las opiniones en Google My Business positivas .



Táctica 2: Generar más y mejores opiniones

Motivación para el equipo

Esta acción consiste en implicar al equipo para que tomen conciencia de la importancia de la reputación online y que se vean como colaboradores necesarios para alcanzarlo.

Se premia por objetivos. Al llegar a X opiniones, tendrán de regalo un producto de la empresa. Si se alcanzan X opiniones entre los empleados se sorteará un spa para 2 personas...

El propio equipo hará que funcione y no solo serán más conscientes del servicio, sino también tratarán de conseguir opiniones positivas



¿CÓMO?

TÁCTICA 3: RESPONDE



> > > **Táctica 3: Responde**

Las respuestas a opiniones nos servirán para...

- Dar nuestra versión
- Conocer las necesidades del público
- Aprender de los errores
- Mostrarnos a Google como página activa

Trataremos de responder en el idioma que utilice el cliente y, en su defecto, al público extranjero se le contestará en inglés.

> > > Táctica 3: Responde

MODELOS DE RESPUESTA

CONTESTANDO A UNA OPINIÓN POSITIVA:

- Agradecer el comentario
- Posicionar palabras clave o servicios
- Intentar que vuelvan al comercio
- Redacción personalizada

EJEMPLO DE UNA RESPUESTA A UN COMENTARIO POSITIVO:

“Gracias por tu opinión, Clara. Nos alegra que te haya gustado nuestra paella. Esta es la receta de mi madre y en el restaurante hemos querido conservarla tal cual ella la hacía, de esta manera nos gusta pensar que os aportamos un poquito de “casa”, hogar y familia en nuestros fogones. Esperamos que cuando volváis por la zona podamos volver a vernos”.



Táctica 3: Responde

MODELOS DE RESPUESTA

CONTESTANDO A UNA OPINIÓN NEGATIVA:

- Consultar con el equipo lo ocurrido.
- Solicitar disculpas (bien por una acción mal hecha o bien por la percepción del cliente)
- Hacer entender al cliente que estamos trabajando para mejorar
- Invitarle a que vuelva en otra ocasión para hacerle cambiar de parecer

EJEMPLO DE UNA RESPUESTA A UN COMENTARIO NEGATIVO:

“Lamentamos mucho que tu experiencia en nuestro establecimiento no haya sido tan grata como nos gustaría. Nos esforzamos mucho por ofrecer un servicio y productos de calidad pero, en ocasiones, pueden producirse errores. El vestido que compraste hemos comprobado que tenía una tara, no obstante, gracias a tu comentario hemos podido localizar el fallo y se ha retirado. Mándanos un mensaje al correo y contactaremos contigo para tramitar la devolución. Sentimos las molestias y esperamos que en otra ocasión puedas volver a darnos la oportunidad. Te esperamos”



¿CÓMO?

TÁCTICA 4: GOOGLE ADS

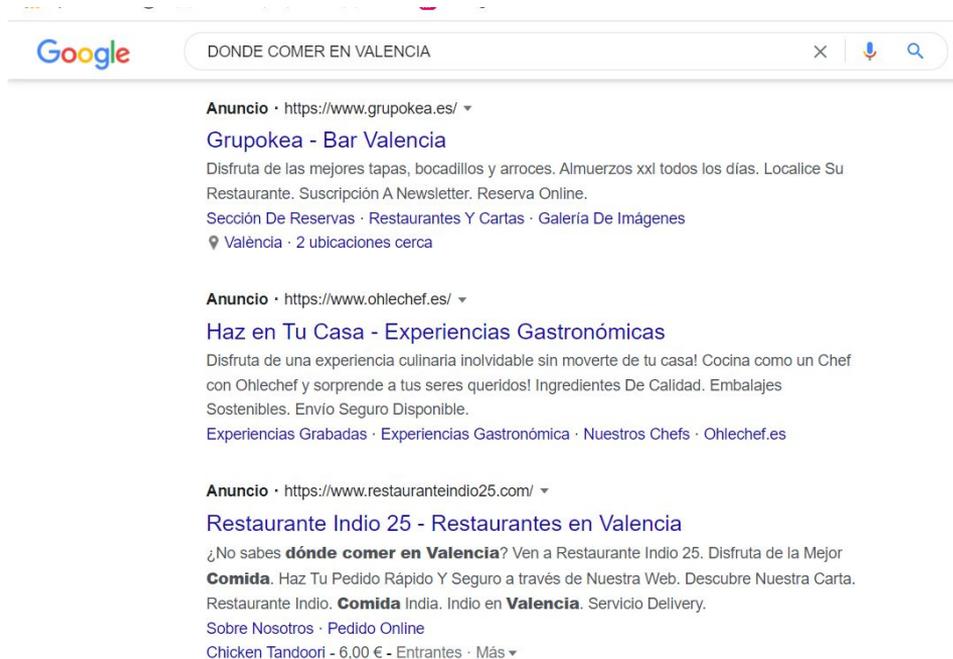


> > > Táctica 4: Google Ads

ANUNCIOS DE BÚSQUEDA

Coloca la web en primera posición cuando se busca haciendo referencia a determinados términos. Por ejemplo, "Dónde comer en Valencia"

Si te diriges al público extranjero, recuerda poner tu anuncio traducido en el idioma al que te quieras dirigir y seleccionar el idioma correcto



The screenshot shows a Google search for "DONDE COMER EN VALENCIA". The search bar is at the top with the Google logo on the left and a search icon on the right. Below the search bar, three sponsored ads are displayed. Each ad starts with "Anuncio" followed by the URL. The first ad is for "Grupokea - Bar Valencia" with a description of tapas and a location in Valencia. The second ad is for "Haz en Tu Casa - Experiencias Gastronómicas" with a description of a cooking experience. The third ad is for "Restaurante Indio 25 - Restaurantes en Valencia" with a description of Indian food and a location in Valencia.

Google

DONDE COMER EN VALENCIA

Anuncio · <https://www.grupokea.es/> ▾
Grupokea - Bar Valencia
Disfruta de las mejores tapas, bocadillos y arroces. Almuerzos xxl todos los días. Localice su Restaurante. Suscripción A Newsletter. Reserva Online.
Sección De Reservas · Restaurantes Y Cartas · Galería De Imágenes
📍 Valencia · 2 ubicaciones cerca

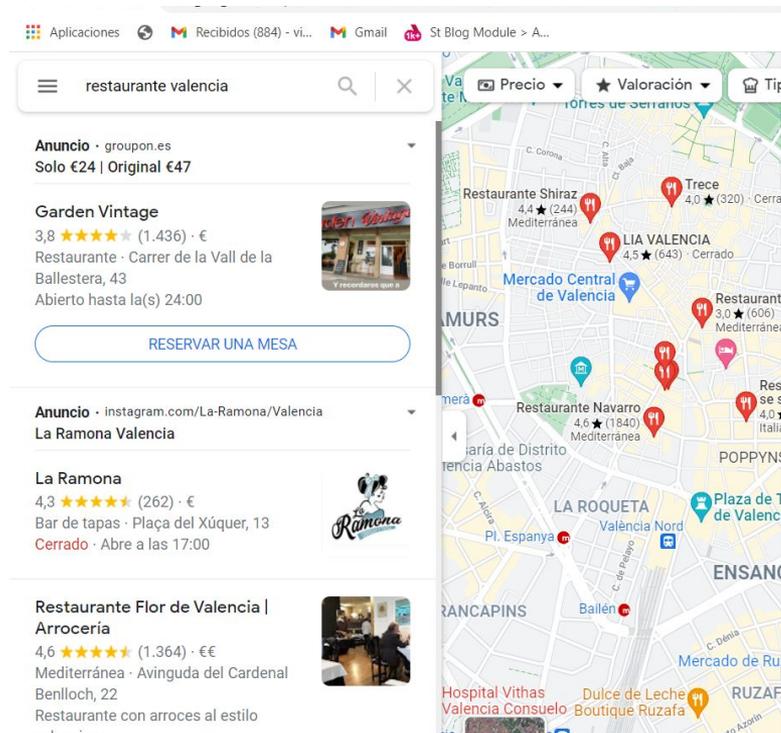
Anuncio · <https://www.ohlechef.es/> ▾
Haz en Tu Casa - Experiencias Gastronómicas
Disfruta de una experiencia culinaria inolvidable sin moverte de tu casa! Cocina como un Chef con Ohlechef y sorprende a tus seres queridos! Ingredientes De Calidad. Embalajes Sostenibles. Envío Seguro Disponible.
Experiencias Grabadas · Experiencias Gastronómica · Nuestros Chefs · Ohlechef.es

Anuncio · <https://www.restauranteindio25.com/> ▾
Restaurante Indio 25 - Restaurantes en Valencia
¿No sabes **dónde comer en Valencia**? Ven a Restaurante Indio 25. Disfruta de la Mejor **Comida**. Haz Tu Pedido Rápido Y Seguro a través de Nuestra Web. Descubre Nuestra Carta. Restaurante Indio. **Comida** India. Indio en **Valencia**. Servicio Delivery.
Sobre Nosotros · Pedido Online
Chicken Tandoori - 6,00 € - Entrantes · Más ▾

> > > Táctica 4: Google Ads

ANUNCIO FICHA GOOGLE MY BUSINESS- GOOGLE MAPS

Coloca en posición privilegiada fichas de negocios a la hora de buscar un servicio. Se ubican en el mapa y se ofrece información básica de la ficha que ayuda a cerrar la reserva.



> > > Táctica 4: Google Ads

TRUCOS TOP PARA CONFIGURAR MEJOR TUS CAMPAÑAS DE GOOGLE ADS

- Traduce tus anuncios, al menos, al inglés.
- Direcciona a tu versión de página en inglés
- Si no te desenvuelves bien en otro idioma por teléfono, no enfoques el resultado en llamada. Apuesta por envío de mensajes o formularios escritos.
- Destaca lo auténtico y lo autóctono, lo que puede ser de interés para el turista: elaborado con productos locales, platos típicos de la zona, “tapas”, descubre la cultura local con...
- Si hablas inglés, indícalo en tu anuncio.



¿CÓMO?

TÁCTICA 5: SOCIAL ADS



> > > Táctica 5: Social Ads

PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

- Permite segmentar para personas que estén en un radio de X km. de nuestro establecimiento o del espacio que nos interese (por ejemplo, puntos turísticos)
- Segmentar a público "turista o viajeros habituales"
- Tienes la opción de realizar la CTA al mapa de cómo llegar a tu negocio

Pesca al Peso Alicante publicó una oferta.
Publicidad · Publicidad ·

¡Vuelve vuestra promoción preferida! Solo disponible desde el miércoles 23 hasta el domingo 27 de septiembre.

Presenta esta publicación en nuestro restaurante y podrás disfrutar de esta exclusiva promoción: 6 gambas rojas a la plancha + caña o copa de vino por 6€.

¡Llama y haz tu reserva, te esperamos!

6 gambas rojas plancha + copa vino o caña por 6€ [Llamar](#)

192 9 comentarios 63 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

> > > Táctica 5: Social Ads

TRUCOS TOP PARA CONFIGURAR SUS ANUNCIOS EN FACEBOOK E INSTAGRAM

- Los anuncios de vídeo y con alto atractivo, gustan más a Meta
- Traduce los anuncios y dirígelos a las personas que tengan configurado su dispositivo en ese idioma
- En la selección del público descarta a las personas que SON de la localidad y selecciona solo a las que HAN VISITADO RECIENTEMENTE
- Emplea imágenes sugerentes que muestren personas y que te hagan evocar la experiencia.
- Destaca lo distintivo de tu negocio o productos, lo que te hace único.
- Siempre, siempre, siempre desde el administrador de anuncios y NUNCA desde el botón de promocionar publicación



¿CÓMO?

TÁCTICA 6: LOS

INFLUENCERS EN TURISMO



> > > Táctica 6: Influencers

INVIERTE EN AQUELLOS QUE PROMOCIONARÁN TU NEGOCIO... Y EN EL CASO DE LOS TURISTAS, HABRÁ QUE PENSAR MÁS ALLÁ DEL ONLINE

- Taxistas
- Recepcionistas de hoteles
- Gestores de viviendas de Airbnb
- Comercios próximos o complementarios

MODELOS DE COLABORACIÓN

- Con paquetes especiales
- Tarjetas de descuento
- Cupón de descuento por medio de un código online
- Publicación compartida en redes sociales
- Publicidad conjunta con productos complementarios



¿CÓMO?

TÁCTICA 7: EL BLOG



> > > Táctica 7: Blog

REDACTA PENSANDO EN EL TURISTA

Mejora tu posicionamiento en Google escribiendo artículos en tu blog que puedan ser de interés para los turistas. Cuando busquen sobre el destino encontrarán tu web y tendrán la oportunidad de conocer tu negocio y reservar- comprar directamente. CONVIÉRTETE EN EMBAJADOR DE TU CIUDAD

EJEMPLOS DE POST GANCHO PARA LOS TURISTAS

- Comida típica valenciana que no te puedes perder.
- Las 3 rutas de senderismo imprescindibles para hacer cerca de Valencia
- ¿Es seguro viajar a Egipto?
- Planes que no te puedes perder en abril si vas a hacer turismo en Madrid



CONSEJOS QUE TE AYUDARÁN A COMUNICAR MEJOR ENTRE LOS TURISTAS



> > > CONSEJOS

VENDE EXPERIENCIAS Y SOLUCIONES, NO PRODUCTOS

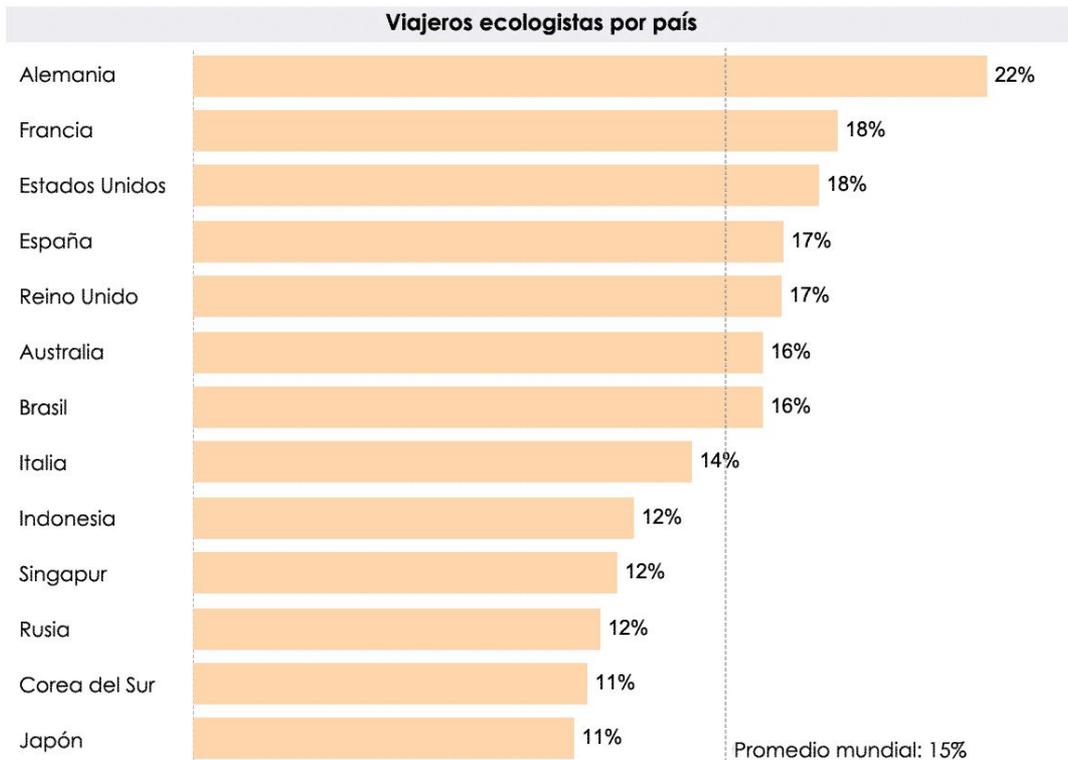
No vendemos productos o servicios sino emociones, experiencias y vivencias que recibirá el cliente en el destino. No hablamos de platos, sino de sabores mediterráneos; no hablamos de un collar sino de la emoción del artesano; no vendemos miel, nos centramos en el trabajo tradicional que nos lleva a los orígenes

PERSONALIZA

Cada cliente tiene un producto ideal. Si identificamos qué vender a quién y en qué momento tendremos la clave del éxito.



CONSEJOS



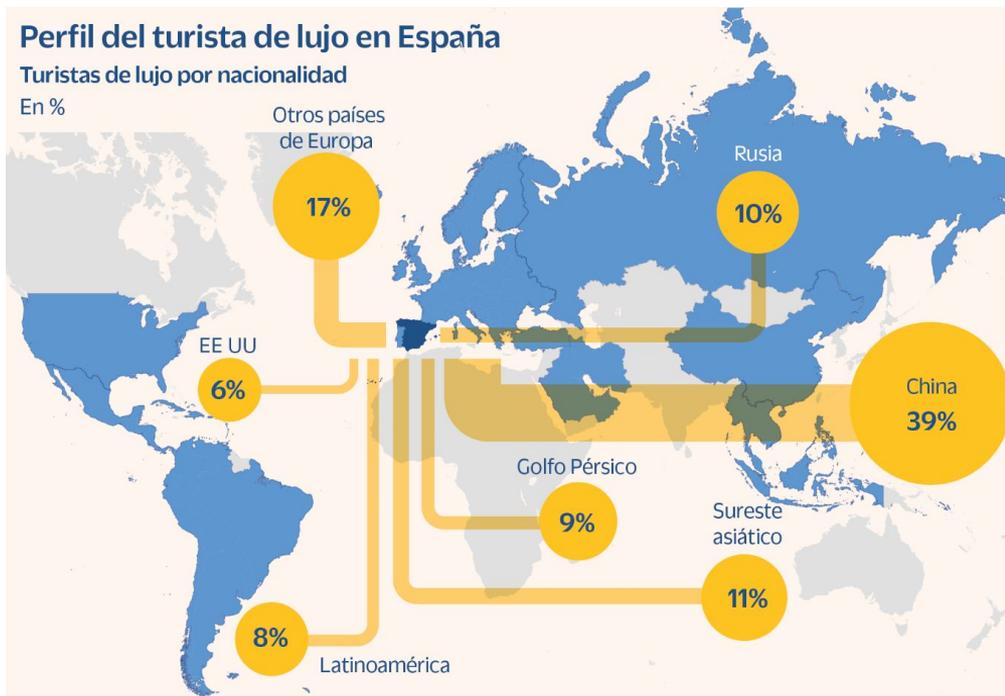


CONSEJOS

Perfil del turista de lujo en España

Turistas de lujo por nacionalidad

En %



Fuente: Boston Consulting Group

Media de gasto del turista de lujo

Hotel de lujo 1.000 € la noche para dos personas	Resort exclusivo 8.000 € la semana para dos personas	Restaurantes 150 € por persona
Teatros, museos y otros eventos 800 € para dos personas	Compras de alta gama 7.000 € por viaje	Bienestar, salud y spa 700 € al día por persona

Turistas que eligen España como destino

En millones. Turismo tradicional



BELÉN TRINCADO / CINCO DÍAS



CONSEJOS

TIPOS DE TURISTAS

Dinks
dos personas con ingresos propios, que son pareja pero aún no cuentan con hijos.

Familias con niños
Viajeros de familia entera, padres e hijos juntos.

Pet Friendly
Llevar de paseo a los perrunos o gatunos, solamente se deben optar por opciones de hospedajes que acepten mascotas.

Singles
Personas que viajan solas, bastante aventureras.

Grupo de chicos de 15 años
En donde el sueño de conocer Disney se vuelve realidad, son paquetes ofrecidos por agencias.

Grupo de egresados
Promociones de colegios, en su mayoría son ofrecidos por agencias y tienen un enfoque más fiestero.

Viajeros de lujo
Son personas con gustos exquisitos que buscan el lujo.

> > > CONSEJOS

CUIDA LA IMAGEN

Ayuda al usuario a confiar en tu negocio: ofrece una imagen cuidada, fotografías 360 del establecimiento, productos con aplicación, vídeos demostrativos...

TRADUCE

Es importante que el cliente se sienta cómodo en sus conexiones con tu negocio. Por lo que, además de practicar al menos el inglés, habrá que realizar un trabajo base de traducción de la web, folletos o elementos de comunicación que puedan necesitar.

> > > CONSEJOS

FACILITA QUE HABLEN DE TI

Los turistas, especialmente los millenials (1981- 1993) y la Generación Z (1994-2010) les gusta contar, narrar su experiencia, compartir sus actividades...

Habla su idioma. ¿Cómo puedes promover que hablen de ti?

- Elabora productos "instagrameables".
- Dispón espacios bien iluminados para hacer fotos en el comercio
- Ten una buena conexión wifi y comunícalo
- Ofrece productos en tendencia: healthy, ecológico, responsables, solidarios...



¡Gracias!

de verdad de la buena.

CLARA SOLER Y VICTORIA FERRETE
Consultoras de marketing y comunicación

