

TURISMO EN TIEMPOS DE COVID-19

REFLEXIONES
PARA LA TOMA DE
DECISIÓN



2020

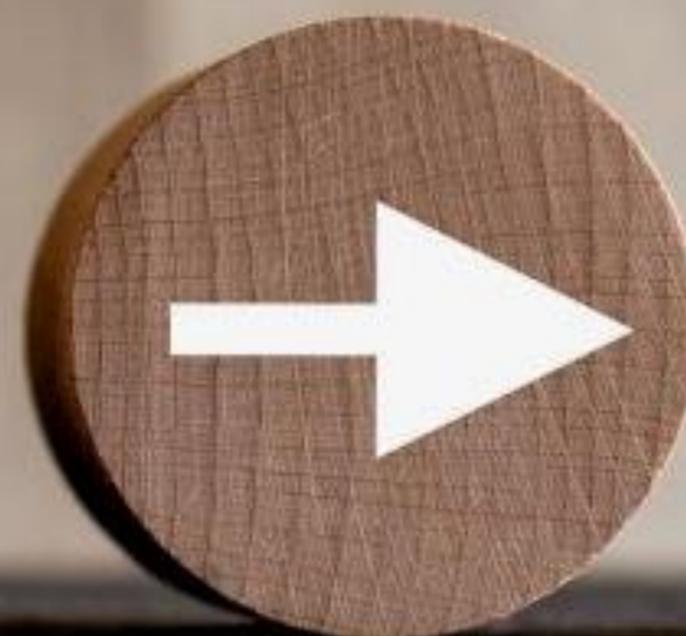
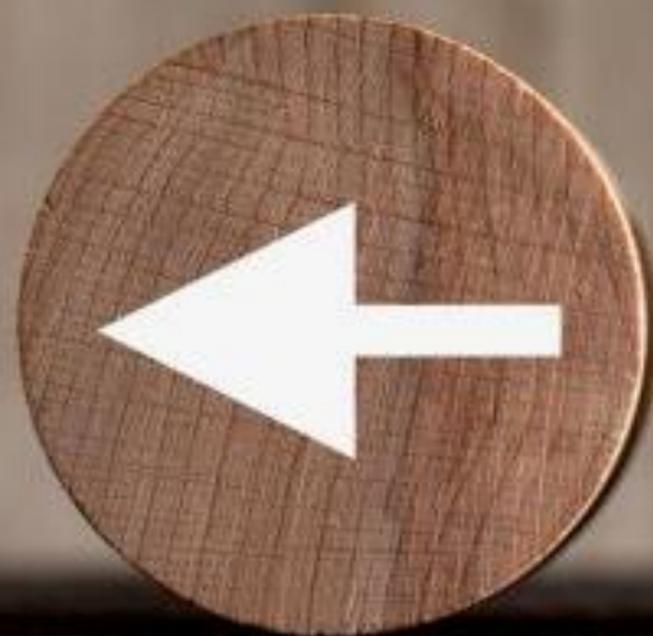
ESTAMOS ANTE UNA CRISIS DE MOVIMIENTO DE PERSONAS

No ante una crisis de modelo turístico

Nada es seguro, todo es posible. Debemos vivir en una constante reinvencción y adaptación al medio



2020





Trabajar siempre con diferentes escenarios, públicos, mercados

2020





El COVID-19 como un elemento intrínseco a la actividad en el medio plazo.

Trabajar en garantizar la seguridad no es un valor diferencial, es una medida intrínseca.

La Experiencia por encima de la Seguridad como valor de venta.



La sostenibilidad como valor asociado a:

Menor demanda, mejor
espacio de consumo;
mayor valor añadido y por
ende, mayor precio medio

2020





El número ya no es relevante; sí la rentabilidad por cliente

Menos será más en el futuro

2020



**La demanda nacional ahora sí
que nos interesa ¿no?, pero
esto no se consigue de la noche
a la mañana**

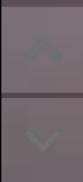
2020





La experiencia como motivadora de la demanda

2020





Comunicando en tiempos de COVID-19

¿Qué cuento?
¿A quién se lo cuento?
¿Dónde lo cuento?

Vendiendo en tiempos de COVID-19

¿Preparados para la venta directa?

¿Ahora la intermediación ya no es tan mala?



Habrá más vida después del COVID-19 en Turismo

Pero todo pasa por un profundo proceso de reflexión y adaptación a la nueva realidad del mercado, al que el COVID-19 solo ha acelerado su evolución.

- Producto como motivador de compra
- Del esperar a la demanda a salir a por ella
- La venta personalizada como valor diferencial
- El menos es más
- La sostenibilidad como valor del destino (demanda ajustada a aforos, seguridad de consumo, sensibilidad energética, agua y basuras, responsabilidad social, etc.)



TURISMO EN TIEMPOS DE COVID-19

REFLEXIONES PARA LA TOMA DE
DECISIÓN

MUCHAS GRACIAS

solucionesturísticas
consultoría & marketing

Alberto Galloso, Socio - director
agaloso@solucionesturísticas.es
www.solucionesturísticas.es