

Tendencias en el Turismo Rural Sostenible: *Comercialización Turística*

Tendencias en el Turismo Rural Sostenible: Comercialización Turística

- Módulo 1: Los objetivos de la comercialización turística
- Módulo 2: Desarrollo del Proceso de Comercialización Turística
- Módulo 3: Estrategias de Comercialización

Módulo 1

Los Objetivos de la Comercialización Turística

Los Objetivos de la Comercialización Turística

- 🍷 Aumentar el conocimiento de la MARCA
- 🍷 Técnicas, herramientas y mecanismos para aumentar las ventas y la captación de nuevos clientes
- 🍷 Actuaciones para mejorar la satisfacción de los clientes

Los Objetivos de la Comercialización Turística: *Aumentar el conocimiento de la MARCA*

MARCA

- 🌐 **Desarrollo de una Identidad de Marca Fuerte:** Identidad visual y verbal coherente, con un logotipo distintivo, colores, eslogan y una propuesta de valor única. ¡Diferenciarse de la competencia!
- 🌐 **Presencia en Redes Sociales:** Facebook, Instagram y X/Twitter para interactuar. Contenido de calidad (fotos y videos del alojamiento, actividades, platos e historias de los clientes). Experiencias en el entorno. ¡Crear expectativas!



Los Objetivos de la Comercialización Turística: *Aumentar el conocimiento de la MARCA*

- 🎯 **Colaboraciones y Alianzas:** Asociarse con otras empresas locales y con *influencers* de turismo para aumentar la visibilidad. Las colaboraciones pueden incluir promociones cruzadas y eventos conjuntos. ¡Generar productos más atractivos y experienciales!
- 🎯 **Marketing de Contenidos:** Crear y compartir contenido relevante a través de blogs, guías de viaje y artículos sobre la región. Esto no solo atrae a los turistas, sino que también mejora el SEO y aumenta la visibilidad en motores de búsqueda. ¡Aumentar la visibilidad!
- 🎯 **Participación en Ferias y Eventos de Turismo:** Asistir a ferias locales y nacionales para presentar la oferta turística y establecer contactos con agentes de viajes y operadores turísticos. ¡Generar contactos con prescriptores y plataformas!

Los Objetivos de la Comercialización Turística: *Técnicas, herramientas y mecanismos para aumentar ventas y captación de nuevos clientes*

Técnicas y Herramientas

- 🌐 **Sistemas de Reservas Online:** Implementar un sistema de reservas en línea fácil de usar en el sitio web. Plataformas como Booking.com y Airbnb son excelentes para aumentar la visibilidad y facilitar las reservas.
- 🌐 **Campañas de Publicidad Digital:** Utilizar anuncios pagados en Google Ads y redes sociales para llegar a un público específico. Las campañas pueden ser dirigidas según la ubicación geográfica, intereses y comportamiento de los usuarios.

Los Objetivos de la Comercialización Turística: *Técnicas, herramientas y mecanismos para aumentar ventas y captación de nuevos clientes*

Técnicas y Herramientas

- 🌐 **Ofertas y Paquetes Especiales:** Crear paquetes promocionales para diferentes épocas del año, como descuentos para estancias largas, paquetes de actividades y ofertas especiales para familias y grupos.
- 🌐 **Programas de Referencia :** Incentivar a los clientes actuales a referir nuevos clientes ofreciendo descuentos o beneficios por cada nuevo cliente que traigan.



Los Objetivos de la Comercialización Turística: *Técnicas, herramientas y mecanismos para aumentar ventas y captación de nuevos clientes*

Técnicas y Herramientas

- 🌐 **Email Marketing:** Construir una lista de correo electrónico y enviar boletines periódicos con ofertas especiales, noticias sobre eventos locales y novedades de la empresa. Herramientas como Mailchimp pueden ser útiles para gestionar estas campañas.
- 🌐 **Optimización del Sitio Web:** Asegurarse de que el sitio web sea atractivo, fácil de navegar y optimizado para móviles. Incluir información clara sobre los servicios, precios, disponibilidad y testimonios de clientes.

Los Objetivos de la Comercialización Turística: *Actuaciones para mejorar la satisfacción de los clientes*

La satisfacción del cliente es esencial para la fidelización y el boca a boca positivo

- 🌐 **Atención Personalizada:** Ofrecer un trato personalizado a cada cliente, con atención a sus necesidades y preferencias. Capacitar al personal para brindar un servicio excepcional y amable.
- 🌐 **Recogida de *Feedback*:** Implementar sistemas para recoger *feedback* de los clientes, como encuestas de satisfacción y comentarios en línea/*in situ*. Utilizar esta información para mejorar continuamente los servicios.

Los Objetivos de la Comercialización Turística: *Actuaciones para mejorar la satisfacción de los clientes*

La satisfacción del cliente ...

- 🌐 **Experiencias Únicas:** Crear experiencias memorables y únicas que hagan que los clientes quieran regresar. Esto puede incluir actividades locales exclusivas, eventos especiales o detalles personalizados en el alojamiento.
- 🌐 **Gestión de Reseñas Online:** Monitorear y responder a las reseñas en plataformas como TripAdvisor, Google My Business y redes sociales. Agradecer los comentarios positivos y abordar las críticas de manera constructiva.



Los Objetivos de la Comercialización Turística: *Actuaciones para mejorar la satisfacción de los clientes*

La satisfacción del cliente ...

- 🎯 **Programas de Fidelización:** Implementar programas de fidelización que ofrezcan recompensas a los clientes recurrentes, como descuentos exclusivos, noches gratis o regalos especiales.
- 🎯 **Mejora de Instalaciones y Servicios:** Continuamente mejorar las instalaciones y servicios basándose en el feedback de los clientes y las tendencias del mercado. Asegurarse de que las comodidades y servicios ofrecidos cumplan con las expectativas de los visitantes.

Los Objetivos de la Comercialización Turística: *Actuaciones para mejorar la satisfacción de los clientes*



Módulo 2

Desarrollo del Proceso de Comercialización Turística

Desarrollo del Proceso de Comercialización Turística: *Análisis del mercado*

1. Investigación del Entorno

- 🌐 Entorno Económico: Evaluar la situación económica local, nacional e internacional que puede influir en el turismo.
- 🌐 Entorno Social y Cultural: Analizar las características demográficas y socioculturales de la población tanto local como visitante.
- 🌐 Entorno Político y Legal: Considerar las regulaciones y políticas gubernamentales que afectan al sector turístico.



Desarrollo del Proceso de Comercialización Turística: *Análisis del mercado*

2. Análisis de la Competencia

- Identificar los principales competidores en la región y analizar sus fortalezas, debilidades, estrategias y posicionamiento.
- Evaluar la oferta y calidad de los productos y servicios turísticos de la competencia.

3. Segmentación del Mercado

- Dividir el mercado en segmentos específicos basados en criterios demográficos, geográficos, psicográficos y comportamentales.
- Identificar los segmentos más atractivos y viables para la oferta turística de la región.

Desarrollo del Proceso de Comercialización Turística: *Análisis del mercado*

4. Identificación de la Demanda

- Estudiar las necesidades y preferencias de los turistas potenciales.
- Analizar las tendencias turísticas y comportamientos de consumo.



5. Análisis Estratégico (DAFO)

- Evaluar las fortalezas y debilidades internas de la empresa turística.
- Identificar las oportunidades y amenazas del entorno externo.

Desarrollo del Proceso de Comercialización Turística: *Desarrollo de productos y servicios*

1. Productos Nuevos o Integrados

Nuevos Productos:

- Experiencias Innovadoras: Desarrollo de actividades únicas y auténticas, como tours de naturaleza, talleres de gastronomía local, y eventos culturales.
- Alojamientos Temáticos: Creación de alojamientos temáticos que reflejen la cultura, historia y naturaleza de la región.

Productos Integrados:

- Paquetes Turísticos Combinados: Integración de varias actividades y servicios en un solo paquete, como alojamiento más actividades de turismo activo (senderismo, ciclismo, etc.).
- Rutas Turísticas: Desarrollo de rutas turísticas que incluyan visitas a múltiples puntos de interés, como bodegas, monumentos históricos, y parques naturales.

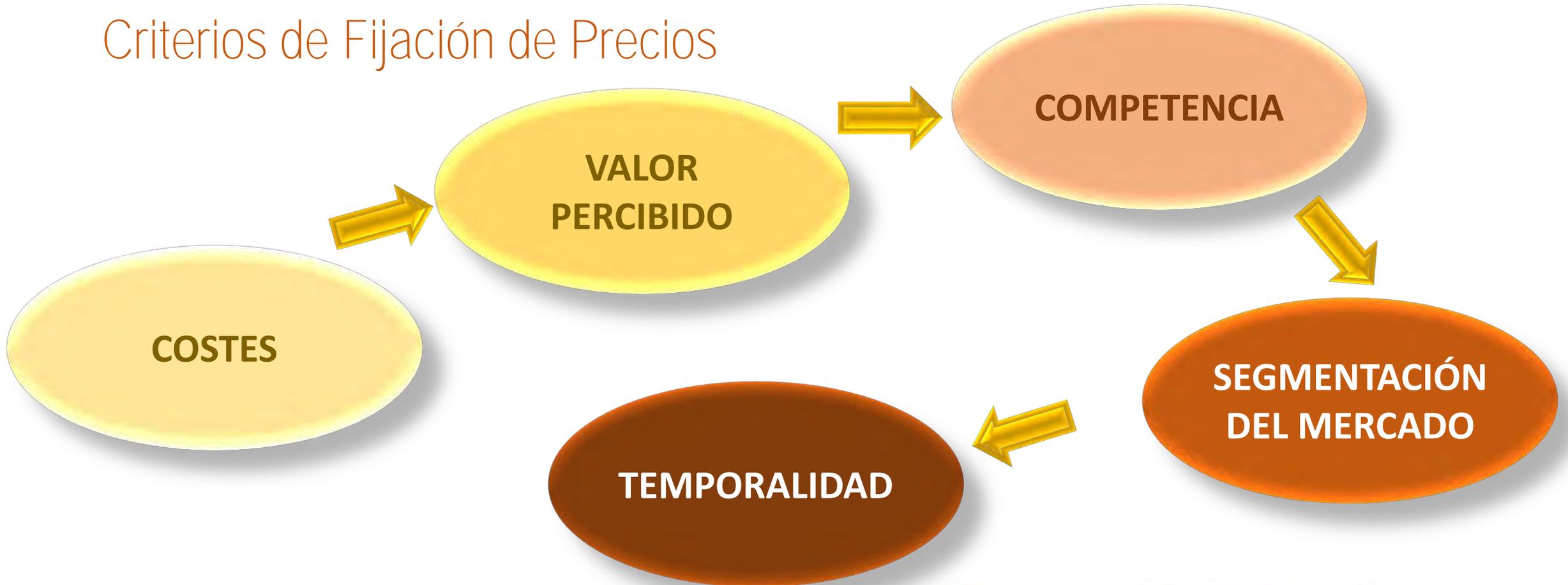
Desarrollo del Proceso de Comercialización Turística: *Desarrollo de productos y servicios*

2. Productos Acordes con el Destino

- 🌐 Turismo Activo y de Aventura: Senderismo, ciclismo, rutas a caballo, deportes acuáticos en la costa.
- 🌐 Turismo Cultural: Visitas a sitios históricos, museos, festivales locales, y actividades culturales.
- 🌐 Turismo Gastronómico: Experiencias culinarias, visitas a bodegas, degustaciones de productos locales.
- 🌐 Turismo de Naturaleza y Ecoturismo: Observación de flora y fauna, visitas a parques naturales y reservas.

Desarrollo del Proceso de Comercialización Turística: *Fijación de precios*

Criterios de Fijación de Precios



Desarrollo del Proceso de Comercialización Turística: *Fijación de precios*

COSTES

- Calcular los costos fijos y variables de los productos y servicios.
- Asegurar que los precios cubran todos los costos y permitan un margen de beneficio razonable

VALOR PERCIBIDO

- Determinar el valor que los clientes perciben en los productos y servicios.
- Establecer precios que reflejen la calidad y exclusividad de la oferta

COMPETENCIA

- Analizar los precios de la competencia directa e indirecta.
- Ajustar los precios para ser competitivos, sin sacrificar la rentabilidad

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- Establecer diferentes niveles de precios para distintos segmentos del mercado.
- Ofrecer opciones de precios accesibles para turistas con presupuestos variados.

TEMPORALIDAD

- Ajustar los precios según la estacionalidad, ofreciendo tarifas más altas en temporada alta y descuentos en temporada baja.
- Implementar tarifas especiales para días festivos y eventos especiales

Desarrollo del Proceso de Comercialización Turística: *Distribución y promoción turística*

1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- ❶ Directos: Ventas a través de la página web de la empresa, redes sociales y oficinas de turismo.
- ❷ Indirectos: Colaboración con agencias de viajes, operadores turísticos y plataformas de reservas online como Booking.com y Airbnb.

2. PROMOCIÓN TURÍSTICA

- ❶ Publicidad Digital
- ❷ Marketing de Contenidos
- ❸ Participación en Ferias y Eventos
- ❹ Relaciones Públicas
- ❺ Promociones y Descuentos

Desarrollo del Proceso de Comercialización Turística: *Distribución y promoción turística*

3. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- 🌐 Programas de Fidelización: Crear programas que recompensen a los clientes frecuentes con descuentos, ofertas exclusivas y beneficios adicionales.
- 🌐 Comunicación Post-Visita: Mantener el contacto con los clientes a través de correos electrónicos, encuestas de satisfacción y ofertas especiales para futuras visitas.

4. INNOVACIÓN EN LA PROMOCIÓN

- 🌐 Realidad Virtual y Aumentada: Utilizar estas tecnologías para ofrecer vistas previas inmersivas de las experiencias turísticas.
- 🌐 Marketing de Experiencias: Fomentar el marketing de boca a boca y las recomendaciones a través de experiencias memorables y compatibles.

Módulo 3

Estrategias de Comercialización

Estrategias de Comercialización: *Publicidad*

ACCIONES PUBLICITARIAS Y CANALES

MEDIOS TRADICIONALES

- **Anuncios en Prensa Local y Regional:** Publicar anuncios en prensa (¿?) o revistas locales y regionales para llegar a la población cercana y a visitantes que planifican sus viajes.
- **Radio y Televisión:** Anuncios en estaciones de radio y televisión (¿?) locales para promocionar eventos especiales, ofertas y temporadas turísticas.

MEDIOS DIGITALES

- **Publicidad en Redes Sociales:** Utilizar Facebook Ads e Instagram Ads para crear campañas dirigidas a audiencias específicas basadas en intereses, comportamiento y ubicación.
- **Google Ads:** Implementar campañas de búsqueda y display en Google para aparecer en los resultados de búsqueda relevantes y en sitios web asociados.

Estrategias de Comercialización: *Publicidad*

1. ACCIONES PUBLICITARIAS Y CANALES

PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

- ❶ **Guías Turísticas y Folletos:** Crear guías y folletos detallados que se distribuyan en puntos de información turística, hoteles, restaurantes y eventos.
- ❷ **Revistas de Viajes:** Colocar anuncios en revistas especializadas en turismo y viajes para alcanzar a un público interesado en destinos rurales.

PUBLICIDAD EXTERIOR

- ❶ **Carteles y Vallas Publicitarias:** Colocar carteles y vallas en ubicaciones estratégicas, como carreteras principales y entradas a pueblos turísticos.
- ❷ **Transporte Público:** Anuncios en autobuses y trenes locales para captar la atención de viajeros.

Estrategias de Comercialización: *Relaciones públicas*

RELACIONES Y ALIANZAS CON INSTITUCIONES

Colaboración con Entes Locales:

-  Ayuntamientos y Oficinas de Turismo.
-  Mancomunidad, Diputación Provincial, Patronato de Turismo (*fam trips* y *blog trips*).
-  Asociaciones de Turismo Rural.

Colaboración con Medios de Comunicación:

-  Notas de prensa y elaboración de artículos.
-  Programas temáticos en medios locales.
-  Visitas de prensa (*press trip*)

Eventos y Ferias:

-  Participar en Ferias de Turismo.
-  Organización de Eventos Locales.

Alianzas con Instituciones Educativas:

-  Universidades y Centros de Formación.
-  Centros de I+D+i
-  Prácticas de estudiantes
-  Participar en conferencias y seminarios

Estrategias de Comercialización: *Marketing directo*

1. E-MAIL MARKETING

- 🌐 Boletines Informativos: Enviar boletines periódicos con noticias, eventos, ofertas y recomendaciones de actividades turísticas.
- 🌐 Campañas de Promociones: Enviar correos electrónicos con promociones especiales, descuentos por temporadas y paquetes de vacaciones

2. MAILING POSTAL

- 🌐 Folletos y Catálogos: Enviar folletos y catálogos a clientes potenciales y anteriores con información detallada sobre los servicios y actividades disponibles.
- 🌐 Postales Personalizadas: Enviar postales personalizadas en fechas especiales como cumpleaños o aniversarios de visitas anteriores.

Estrategias de Comercialización: *Marketing directo*

3. LLAMADAS TELEFÓNICAS

- 🍷 Seguimiento de Reservas: Realizar llamadas de seguimiento para confirmar reservas y ofrecer información adicional.
- 🍷 Encuestas de Satisfacción: Contactar a clientes anteriores para obtener feedback y fomentar la fidelización

2. PROMOCIONES Y CUPONES

- 🍷 Ofertas Exclusivas: Enviar cupones y ofertas exclusivas a través de correo electrónico o postal para incentivar reservas.
- 🍷 Concursos y Sorteos: Organizar concursos y sorteos que requieran la participación directa de los clientes, como compartir experiencias en redes sociales.

Estrategias de Comercialización: *Marketing digital*

PLAN DE MARKETING DIGITAL

OPTIMIZACIÓN DE MOTORES DE BÚSQUEDA (SEO)

PUBLICIDAD ON LINE (SEM)

MARKETING DE REDES SOCIALES

MARKETING DE CONTENIDOS

ANALÍTICA Y MONITORIZACIÓN

E-MAIL MARKETING AVANZADO

Estrategias de Comercialización: *Marketing digital*

Optimización de Motores de Búsqueda (SEO)

- 🌐 Contenido de Calidad: Crear contenido relevante y optimizado para SEO en el sitio web, incluyendo blogs sobre destinos locales, guías de viaje y recomendaciones.
- 🌐 Palabras Clave: Utilizar palabras clave específicas relacionadas con el turismo rural en Cádiz para mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda

Publicidad *on-line*

- 🌐 Google Ads: Implementar campañas de Google Ads para aparecer en las búsquedas relacionadas con turismo rural, alojamiento y actividades en Cádiz.
- 🌐 Publicidad en Redes Sociales: Crear anuncios en Facebook, Instagram y LinkedIn dirigidos a segmentos específicos de turistas.

Estrategias de Comercialización: *Marketing digital*

Marketing en Redes Sociales

- 🌐 Contenido Visual: Publicar fotos y videos atractivos de los paisajes, alojamientos y actividades locales en plataformas como Instagram y Facebook.
- 🌐 Historias y en Vivo: Utilizar las funciones de historias y transmisiones en vivo para mostrar eventos, actividades y la vida cotidiana en el destino.

Marketing de Contenidos

- 🌐 Blog de Viajes: Mantener un blog actualizado con artículos sobre el destino, consejos de viaje, y experiencias de los visitantes.
- 🌐 Guías y Ebooks: Ofrecer guías descargables y ebooks gratuitos con información útil sobre el destino.

Estrategias de Comercialización: *Marketing digital*

Analítica y Monitorización

- 🌐 Google Analytics: Utilizar Google Analytics para monitorear el tráfico del sitio web, el comportamiento de los usuarios y la efectividad de las campañas.
- 🌐 Informes de Redes Sociales: Analizar el rendimiento de las publicaciones y campañas en redes sociales para ajustar las estrategias.

E-Mail Marketing Avanzado

- 🌐 Segmentación de Listas: Segmentar la lista de correos electrónicos para enviar mensajes personalizados y relevantes a diferentes grupos de clientes.
- 🌐 Segmentación de E-mails: Configurar flujos de automatización para enviar correos electrónicos basados en el comportamiento del usuario, como carritos abandonados o recomendaciones personalizadas.

Comercialización Turística

MARKETING Y SOSTENIBILIDAD



Tendencias en el Turismo Rural Sostenible: Comercialización Turística

