Publicado en Málaga el 13/02/2019

El marketing digital turístico, por la agencia de marketing digital de Málaga y Madrid, Avanza Comunicación

No todas las empresas pueden enfocar sus campañas de marketing de la misma forma, esta afirmación es obvia. Hay multitud de variables que entran en juego; objetivos, presupuestos, sectores empresariales, etc

Una de esas variables a tener en cuenta, es a que sector pertenece la empresa o cliente que desea mejorar a través del marketing digital. Puede que se necesite de una agencia de marketing turístico especialista en una ciudad, ya sea Málaga, Madrid, Marbella o cualquier otro lugar donde se requiera trabajar.

Cada sector empresarial tiene una tipología de mercado muy concreta y unas exigencias y un saber hacer diferente al resto. Al igual que cada agencia de marketing también tienen un know how y una experiencia diferente al resto.

En este articulo se hará un análisis de la importancia del marketing digital en este sector del turismo y de las herramientas disponibles para ello.

El sector turístico es el área que ha llevado desde hace años la batuta en cuanto a los cambios del marketing digital, así como otros como el sector retail o el inmobiliario se han sumado fuertemente a esta evolución.

La relación entre cliente y empresa ha cambiado fuertemente en el sector gracias al marketing digital y a sus innovaciones continuas. Solo se requeriría un momento para pensar en empresas como Airbnb, Booking, Uber, etc.

Cambió la forma de buscar destinos a través de buscadores de vuelos como Lastminute. También la gestión de opiniones, véase Tripadvisor o las diferentes redes sociales.

Son increíbles todos los cambios que han aparecido en los últimos años, y por tanto, se hace necesario que todas las empresas actuales estén ya adaptadas a estas “nuevas” tecnologías.

Empezar por los buscadores (Google y compañía)

A continuación se presentan algunos datos turísticos que pueden hacer saltar las alarmas a aquellas empresas que aun no han pensado en contratar a una agencia de marketing digital turístico: la búsqueda del alojamiento se realiza en más de un 90% de los casos por internet, las KW (palabras clave) más escritas en el buscador de Google, son relacionadas con los hoteles y los destinos de

donde viajar.

Además Google hace sugerencias a sus usuarios cuando estos realizan búsquedas, incluso permite realizar reservas a través de su propio buscador.

El usuario se conecta a las APP Turísticas

Los viajeros, excursionistas o el usuario en general, hace un uso fluido y continuo de APP turísticas para favorecer su experiencia en destino o bien en su búsqueda. Por ello, si una empresa cree que tiene algo que ofrecer a través de una app debe de pensar seriamente en la contratación de una agencia de marketing digital especialista en marketing turístico. La app puede ofrecer un nuevo nicho de mercado a esta empresa y una mejor experiencia a sus clientes.

El Big Data en el sector turístico

Un termino en boca de todos últimamente y por donde van los tiros ahora mismo. La información es poder, y esta información sobre los clientes permite realizar acciones muy concretas y que impacten desde el inicio.

La venta online de experiencias en destino

No solo se compran billetes de avión y se realizan reservas de hotel, también una vez en el destino, el usuario quiere recomendaciones de qué se puede hacer allí, qué visitar o qué ver, etc. La facturación en estos casos se sitúa entre el 8% y el 10%. Por tanto, la integración de las ofertas de una empresa turística en algunas herramientas de estas, proporciona un mayor valor.

Las RR.SS (Redes Sociales) en el turismo

Se presentan como herramientas vitales en el sector del turismo, si lo que se busca es atraer clientes, mejorar la relación con estos o aumentar ingresos.

En mayor o menor medida toda la sociedad hace turismo y todos buscan opiniones en las RR.SS. Herramientas como Tripadvisor, Facebook, Instagram o Twitter favorecen las elecciones de los clientes y llevar a cabo un buen trabajo en estas RR.SS supone un plus en cualquier plan de marketing digital turístico.

El blog turístico

Una excelente estrategia, no solo por tratar de captar a usuarios con contenidos de calidad y relevantes, también por el posicionamiento web. Esta es una herramienta muy útil para hacer SEO, es decir, posicionar una web turística en los buscadores de Google.

Un buen trabajo SEO de una agencia de marketing digital unido a un buen blog, puede favorecer mucho el incremento de ventas en una empresa.

El Email Marketing turístico

Obtener suscripciones de usuarios, realizar un email-marketing efectivo que llegue e impacte y obtenga una recompensa no es tarea fácil. Una agencia de marketing puede ayudar en este aspecto, puede desde estudiar cual es el verdadero buyer persona que tiene la empresa, a gestionar y lanzar campañas de email marketing efectivas.

La última novedad impactante. Los Influencers
Como ya se ha mencionado al inicio del artículo, el marketing digital lo ha cambiado todo, y la publicidad que es una pata de esta, lo ha hecho de igual forma. Ahora no solo se disponen de los formatos clásicos de TV, radio, magazines, que sirven para lanzar unos determinados mensajes.

A día de hoy, hiperconectada que está la sociedad, han aparecido nuevas herramientas y con ellas la imagen del influencer. El influencer ha captado la esencia de la publicidad, y es la confianza que este genera a sus seguidores sumado a la cantidad del número de los que dispone, lo que ha hecho que se convierta en un nuevo canal disponible a tener muy en cuenta.

En el marketing turístico, el influencer se ha convertido en una herramienta muy importante de cara a llegar al usuario o fidelizar. Basta pensar en la cantidad de influencers que viven literalmente de este trabajo y el alto nivel de vida que algunos pueden permitirse a través de pagos, comisiones y regalos.

Una agencia de marketing digital puede ayudar a gestionar todo esto y a aplicar las medidas adecuadas.

Este es un artículo de marketing turístico para la Agencia de Marketing Digital de Málaga y Madrid, Avanza Comunicación. Para saber más, se pone a disposición este número de teléfono y esta dirección email.

Dirección: Paseo Marítimo Ciudad de Melilla, 3 bajo, 29016 – Málaga
Teléfonos: 952 225 396
Web: https://www.avanzacomunicacion.com/

Datos de contacto:
Irene
952 225 396

Nota de prensa publicada en: Málaga

Categorías: Nacional Marketing Turismo E-Commerce

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es