

La experiencia del cliente en Turismo queda incompleta sin la digitalización, según We Are Marketing

En la mesa redonda organizada por la consultora estratégica, se llega a la conclusión de que los CDP juegan un papel principal en la unificación del Big Data para ofrecer una experiencia memorable a cada cliente. Además, la falta de agilidad de respuesta tiene un gran impacto en la relación con el cliente y se convierte en un motivo para dejar de consumir un servicio con una compañía

Por ello, una marca no es lo que se dice de ella, sino la suma de las experiencias que es capaz de crear con cada consumidor.

Todas y cada una de las interacciones que tiene un cliente con una empresa del sector Turismo deben almacenarse y analizarse por medio de soluciones digitales de Marketing como los Customer Data Platform (CDP). Si esto no se hace, no se le puede ofrecer una experiencia memorable. En este sentido, todo el 'journey' del cliente, desde su prospección y captación hasta su fidelización, se pueden unir por medio del marketing digital. Estas son las principales conclusiones que se obtienen de la mesa redonda sobre "Modelos de transformación de éxito en transporte, hospitality y destinos" que ha tenido lugar en el marco del Foro de Innovación y Tecnología Turística FITURTechY (Feria Internacional FITUR).

En la conferencia presentada por Giorgio Ascolese, CEO de We Are Marketing, empresa del grupo WAM Global, han participado los expertos Manuel García, co-CEO de LeadClic, empresa del grupo WAM Global; Alberto Terol, gerente de Innovación de Iberia; Juanxo Llantada, experto en turismo digital; y Sarah Despradel, Global Online Sales Senior Director de Iberostar.

Durante su charla previa a la mesa redonda, titulada 'Customer 360º. Tecnología para la inteligencia de clientes', Manuel García, co-CEO de LeadClic, ha destacado que el mayor reto al que se enfrenta el sector del Turismo es interrelacionar todas las experiencias del cliente, para que las empresas turísticas puedan generar una experiencia homogénea para cada consumidor. "El impacto de esta falta de agilidad en la relación es tan elevado que incluso se convierte en un motivo para dejar de consumir un servicio con una compañía en concreto", ha señalado el co-CEO de LeadClic.

En este sentido, Giorgio Ascolese, CEO de WAM Global, se ha posicionado afirmando que "hoy una marca no es lo que decimos de ella, sino la suma de las experiencias que somos capaces de crear. Porque, a través de ellas podemos generar confianza en una marca. Tanto es así que el 84% de los clientes dice que la experiencia es tan importante como producto y precio".

Por su parte, Alberto Terol, gerente de Innovación de Iberia, ha destacado que en su compañía llevan tres años haciendo un gran esfuerzo por ser una empresa digitalmente conectada. Esto implica que Iberia está afrontando un cambio cultural interno, y que esos cambios puedan integrarse en la compañía por medio de la búsqueda de innovación y talento en startups. Con el fin de que toda esta innovación revierta en sus clientes, Iberia está inmersa en el desarrollo de nuevos canales de comunicación digital, para ofrecerles una experiencia memorable.

En línea con estas declaraciones se ha expresado Sarah Despradel, Global Online Sales Senior Director de Iberostar, al afirmar que “la comunicación con el cliente es crucial. Y por ello, la marca tiene que ser reconocida, a través de la experiencia que vive cada uno de sus clientes y de lo que cuentan a sus conocidos sobre cada una de sus experiencias”.

Por último, el experto en Turismo digital, Joantxo Llantada, ha destacado el papel clave que deben jugar las administraciones públicas para que el sector sea más ágil y permeable a los cambios que ofrece la digitalización. Por ello, ha abogado por la incorporación de las empresas privadas en la promoción de destinos y por generar una relación ‘win to win’ entre lo privado y lo público.

Datos de contacto:

Luis Núñez
667574131

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Viaje](#) [Marketing](#) [Turismo](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Consumo Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>