



# *Marketing digital inteligente para la industria turística*

**Andrés Romero**

CEO Asiri Marketing

EBOOK

**] Transformación digital & Turismo**

Andalucía lab



Andalucía lab



## Situación mercado

"timing is the answer  
to success"



# Situación mercado

"vivimos en un ejercicio permanente en el que tratamos de identificar **quien somos, donde estamos y hacia dónde vamos**"



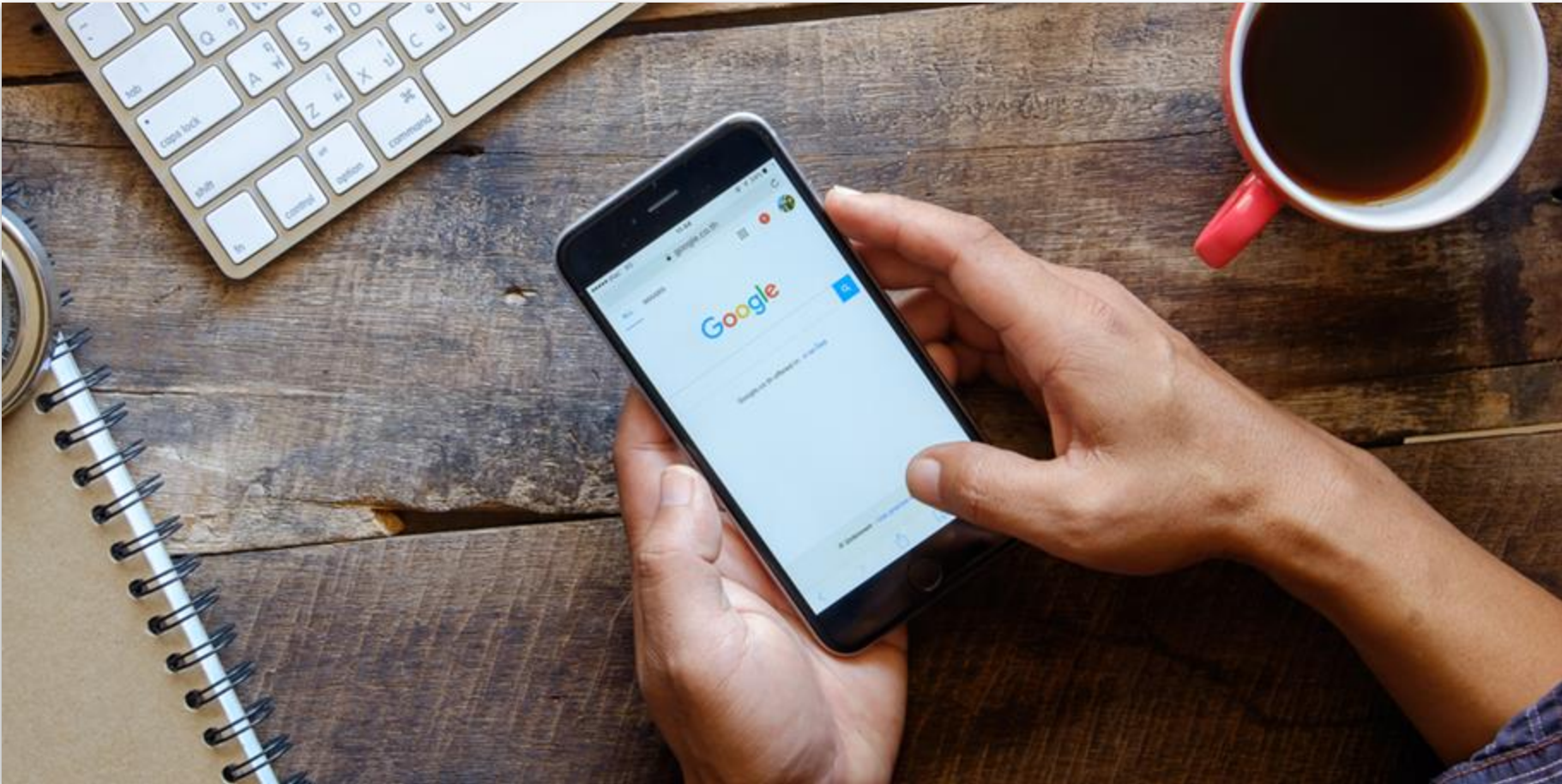




***I ALWAYS DREAMED OF  
SEEING THE FUTURE***



# Situación mercado



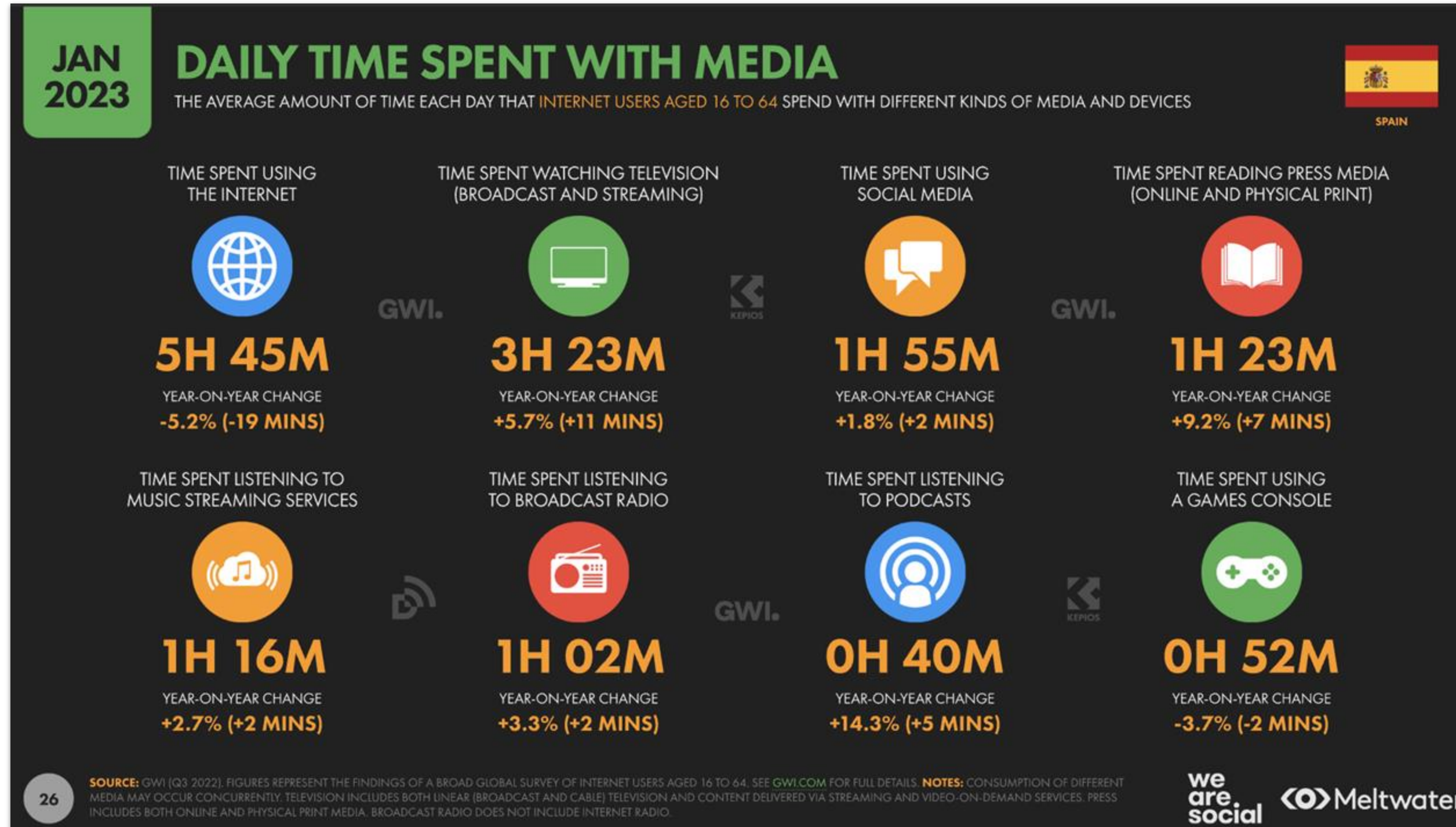
**"MAD MEN MARKETING"**



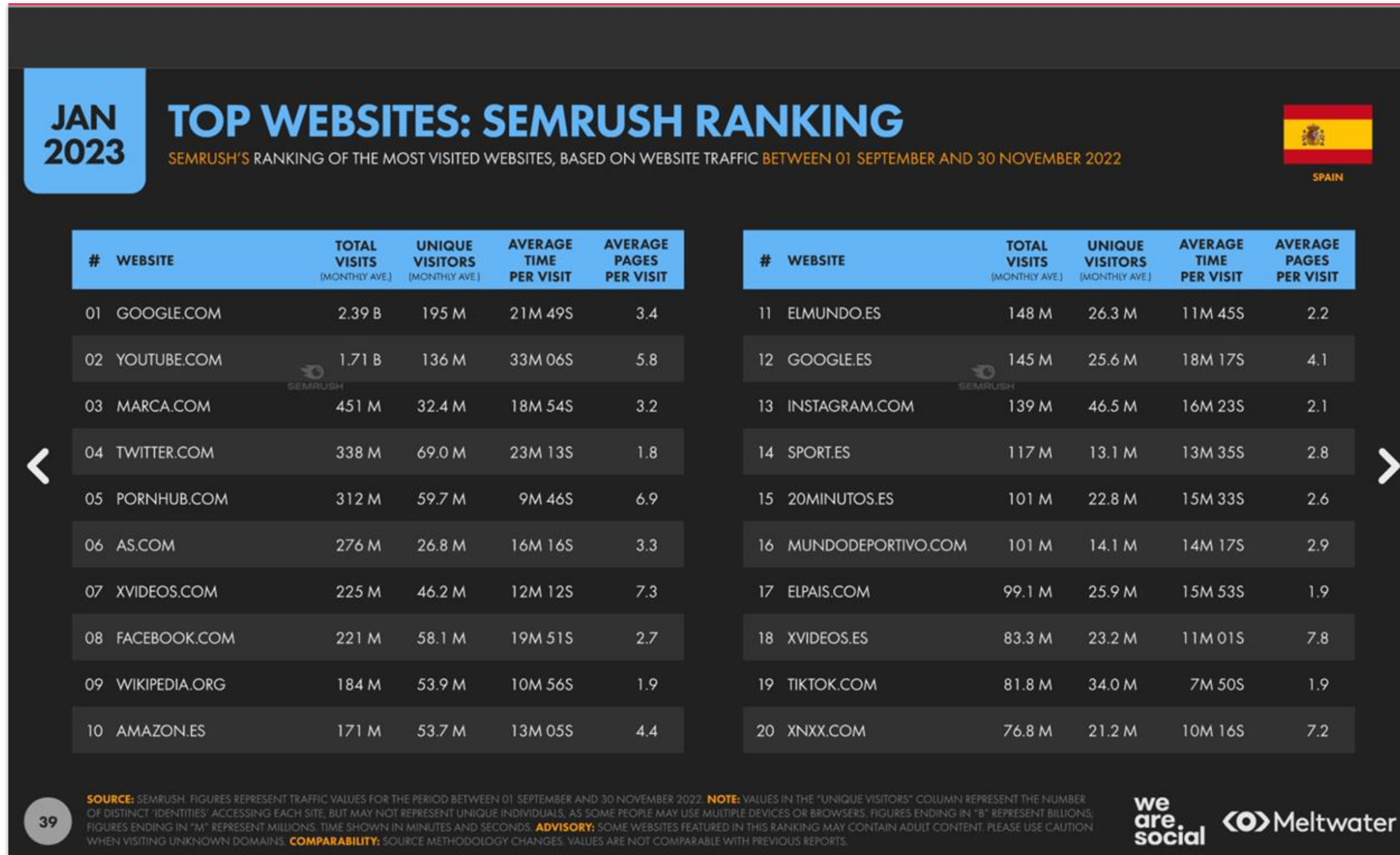
**"MARKETING MODERNO"**



# Situación mercado

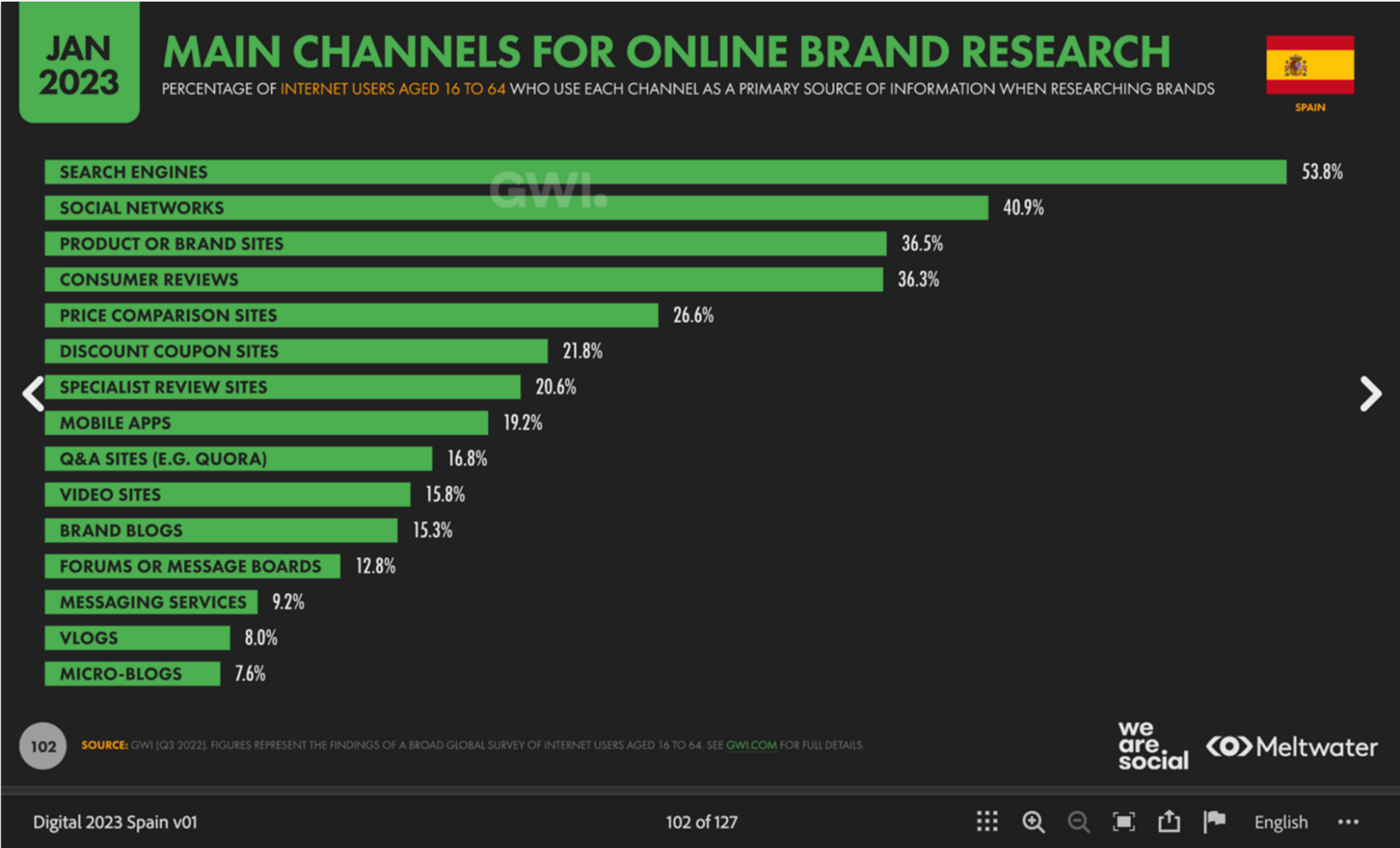


# Situación mercado

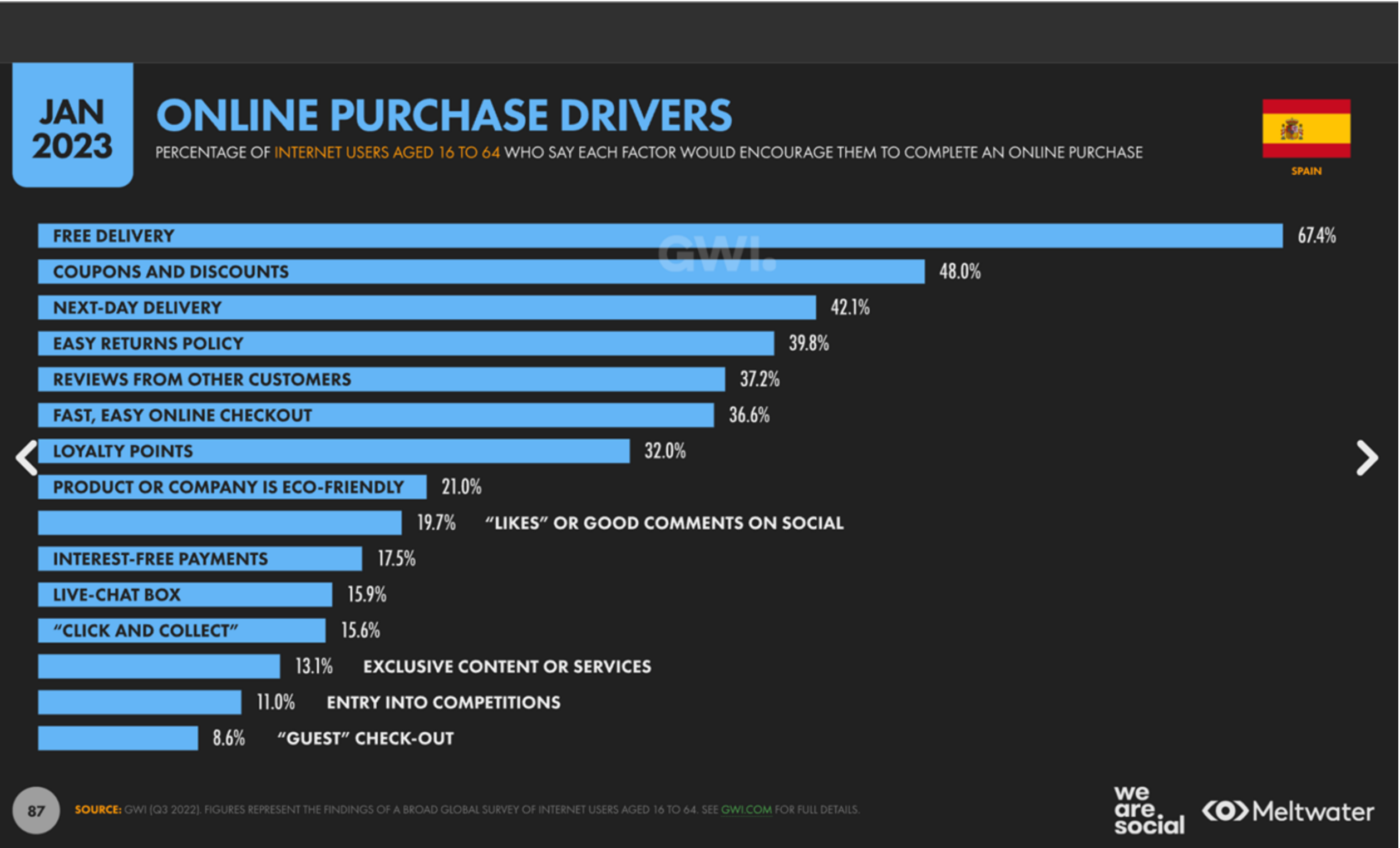




# Situación mercado



# Situación mercado





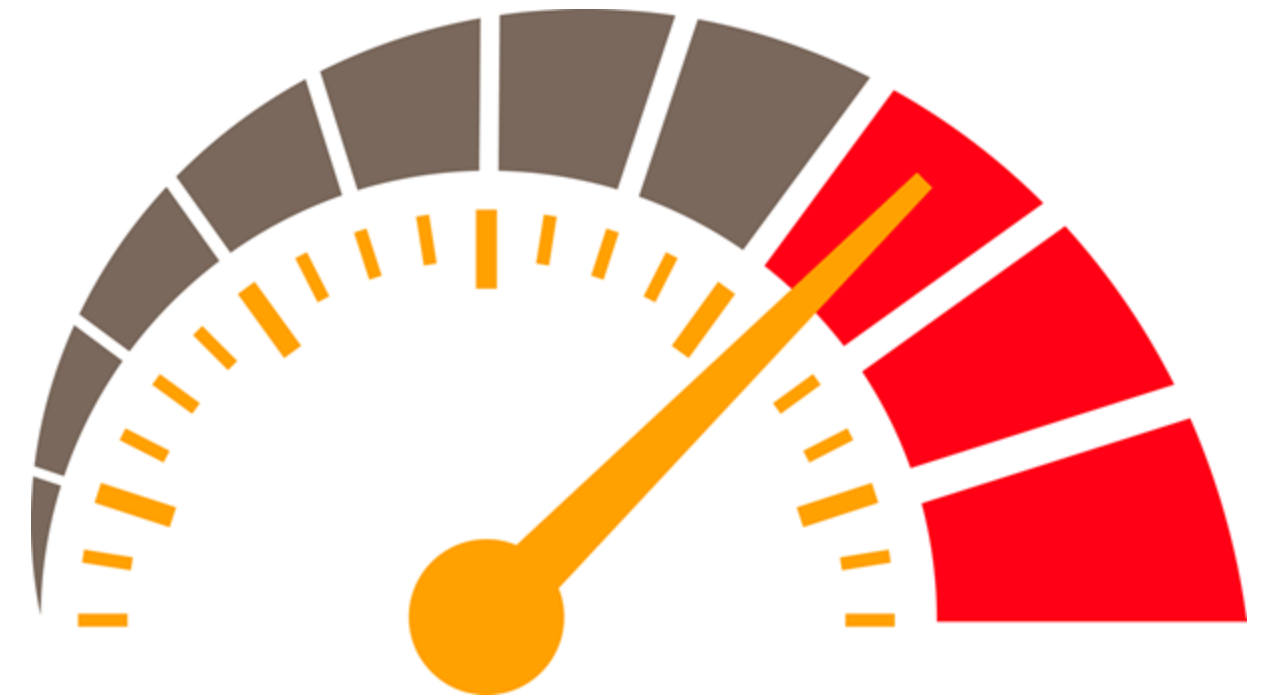
La virtud es...

**Estar al día y saber adaptarse en cada momento a lo que está ocurriendo**



# En marketing vivimos en 2 velocidades:

- Lo que funciona.
- Lo que se espera que funcione.

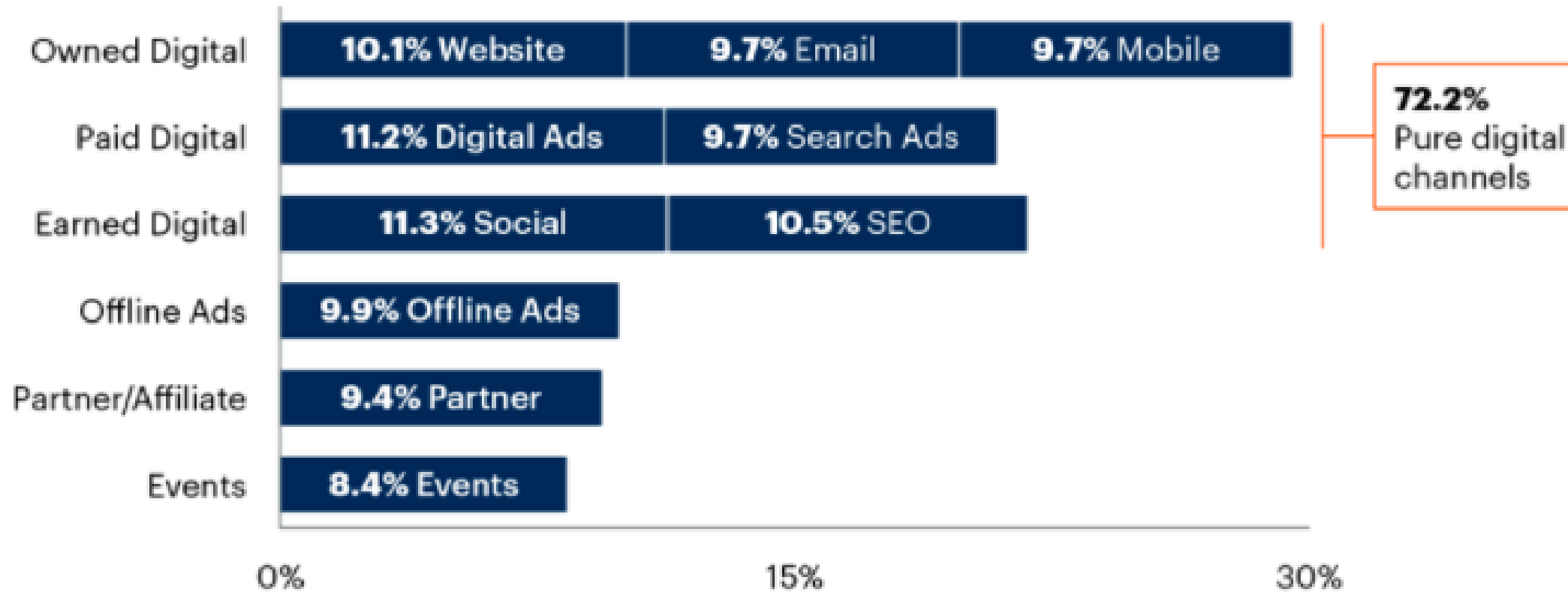




# Hacia dónde invertir nuestros esfuerzos

## Marketing Budget Allocation Across Marketing Channels

Mean Percentage of Budget Shown



n = 384 marketing leaders; excluding "don't know"

Q: How is your total marketing expense budget for the current fiscal year being allocated to or spent on each of the following marketing channels?

Source: Gartner CMO Spend Survey, 2021

Gartner

[www.andalcialab.org](http://www.andalcialab.org)

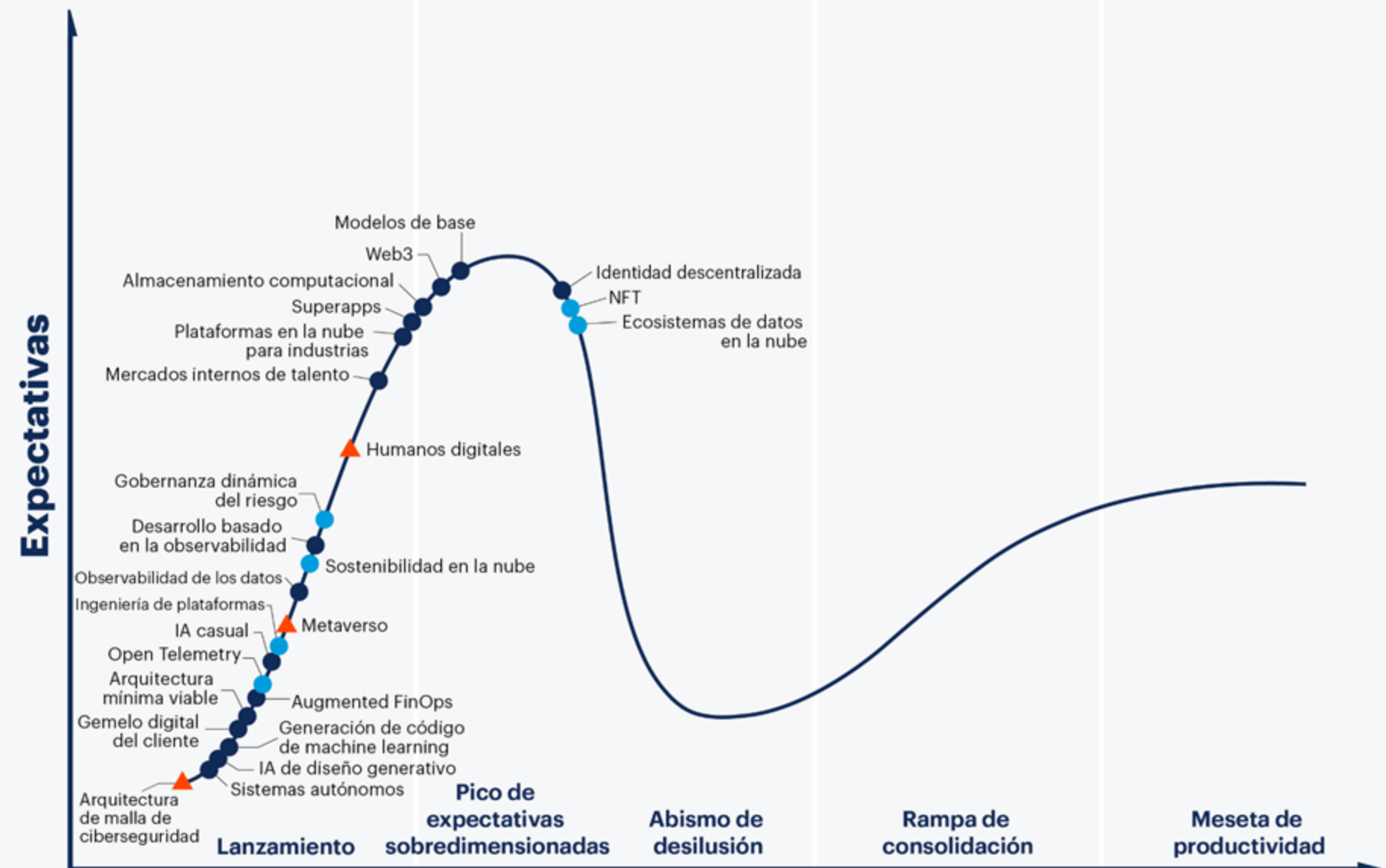


# Situación mercado

El mercado necesita tiempo para asimilar la tecnología



## Hype Cycle para las tecnologías emergentes, 2022



Cuándo se alcanzará la meseta de productividad:

- en menos de 2 años
  - de 2 a 5 años
  - de 5 a 10 años
  - ▲ en más de 10 años
  - ⊗ obsoleto antes de alcanzarla
- Datos correspondientes a agosto de 2022

[gartner.es](https://gartner.es)

Fuente: Gartner  
© 2022 Gartner, Inc. y/o sus afiliados. Todos los derechos reservados. Gartner y Hype Cycle son marcas registradas de Gartner, Inc. y sus afiliados en EE.UU.. 1893703

**Gartner**



# Tendencias entender el sector en 2023

*Aterrizando las necesidades que plantea el mercado*



# Panorama del Sector Turístico en 2023

## Consolidación del Ecommerce



En 2022 se compra un 33% más que en 2021. CNMC (Comisión Nacional de los mercados y la competencia) ([Enlace](#))

[www.andalcialab.org](http://www.andalcialab.org)

Andalucía lab



# Panorama del Sector Turístico en 2023

*Reactivación masiva para viajar al extranjero*



Previsión de un **aumento del 86%** de viajes al extranjero en 2023. *Informe Tendencias de Viajes Skyscanner.* ([Enlace](#))

[www.andalcialab.org](http://www.andalcialab.org)





# Panorama del Sector Turístico en 2023

*Viajes Sostenibles y contacto con la naturaleza*



Cuatro de cada diez viajeros (el 39%) aseguran ser conscientes del impacto medioambiental de sus vacaciones. *Informe de Marriott Bonvoy*. ([Enlace](#))

**[www.andalcialab.org](http://www.andalcialab.org)**





# Panorama del Sector Turístico en 2023

## Viajeros en solitario



El 78% de los viajeros está dispuesto a hacer una escapada en solitario en 2023. *Informe Tendencias de Viajes Skyscanner.* ([Enlace](#))

[www.andalcialab.org](http://www.andalcialab.org)

Andalucía lab



# Panorama del Sector Turístico en 2023

*Reservas de eventos con menor antelación*



Escasa planificación y más modelo “last minute” en celebración y eventos multitudinarios.  
*Hosteltur.* ([Enlace](#)).

**www.andalcialab.org**





# Panorama del Sector Turístico en 2023

## Teletrabajadores y Nómadas Digitales



1 de cada 8 viajeros afirman que apuestan por trabajar mientras se está de vacaciones.

Informe Tendencias de Viajes Skyscanner. ([Enlace](#))

[www.andalcialab.org](http://www.andalcialab.org)

Andalucía lab



# Panorama del Sector Turístico en 2023

*Influencers cómo fuente de inspiración*



El 41% de los viajeros basan su toma de decisión a la hora de viajar en influencers. *Informe Tendencias de Viajes Skyscanner.* ([Enlace](#))

**[www.andalcialab.org](http://www.andalcialab.org)**



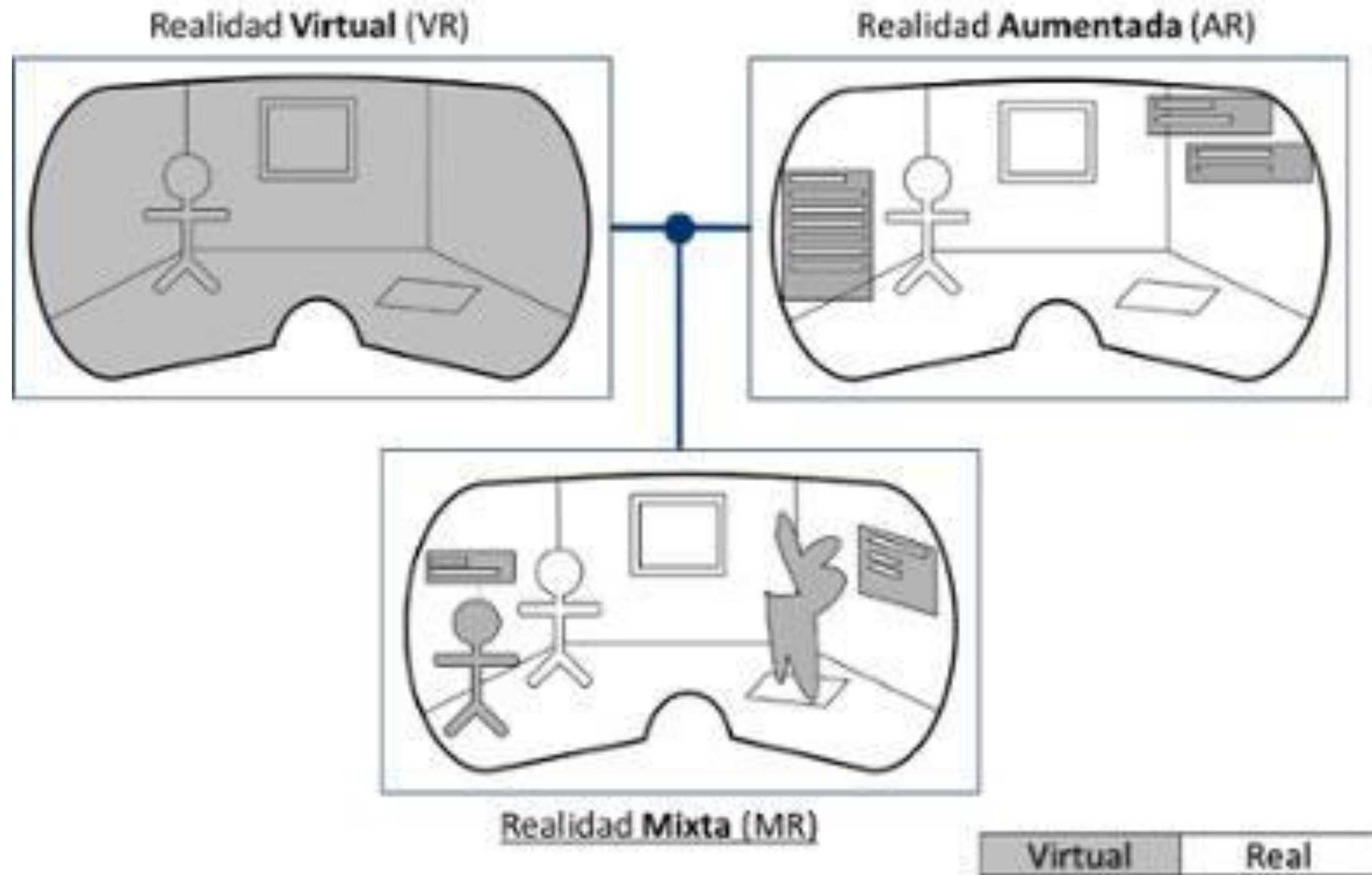
# 10 tecnologías para entender el mercado

*Marketing y Comercialización de negocios turísticos*



# Tecnologías

## 1.- Realidad Aumentada (AR), Realidad Virtual (VR) y Realidad Mixta (MR)



# Tecnologías

1.- *Realidad Aumentada (AR), Realidad Virtual (VR) y Realidad Mixta (MR)*



**Hotelverse.**  
The new hotel digital experience

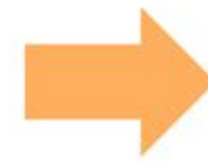
[www.andalcialab.org](http://www.andalcialab.org)





# Tecnologías

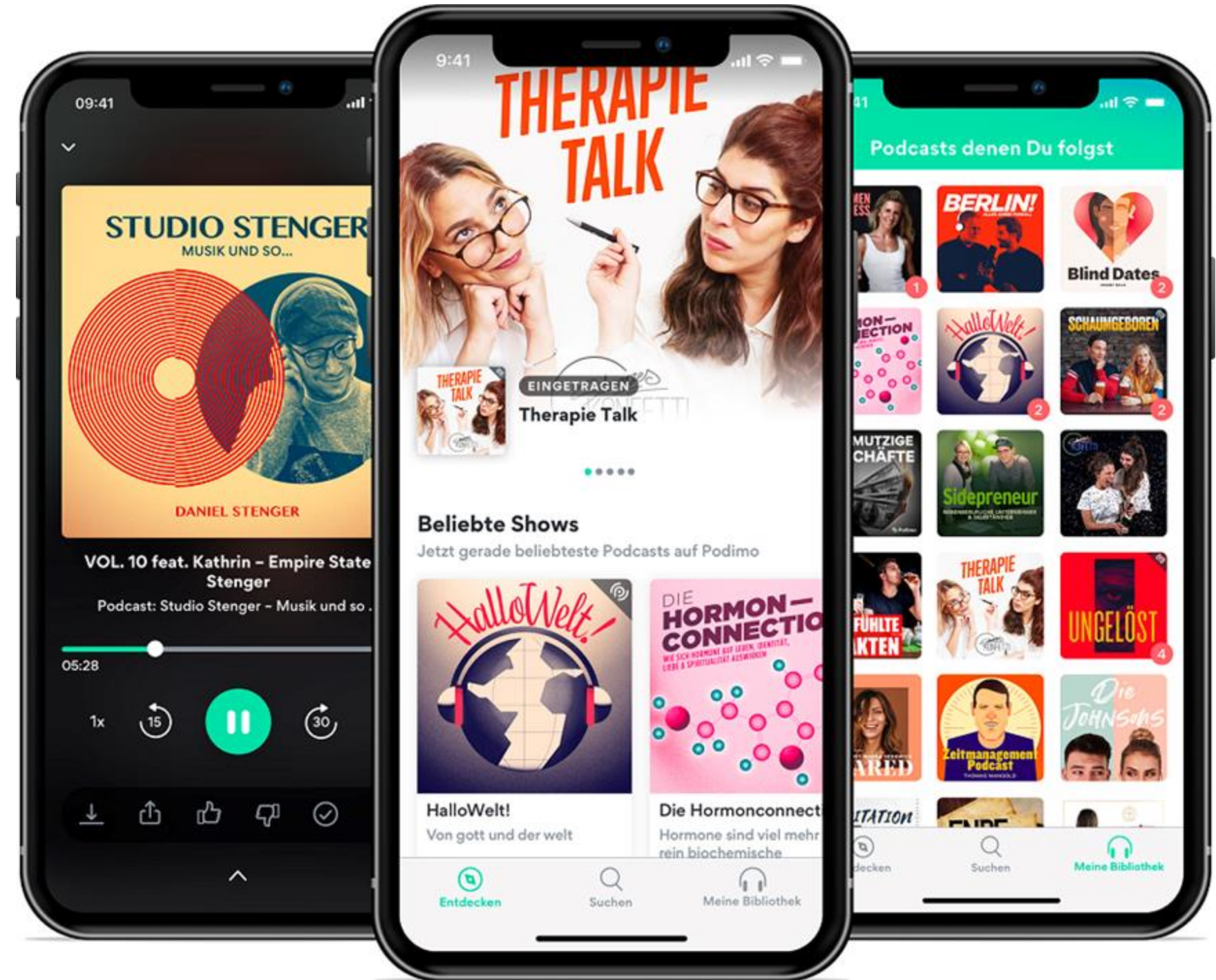
2.- *Medición permanente. Un cambio a Google Analytics 4.*



# Tecnologías

## 3.- Podcast Marketing.

podimo





# Tecnologías

## 4.- Marketing de Afiliados.



**MAX**BOUNTY

 **TradeTracker.com**  
performance marketing

 **affiliate**  
by CONVERSANT

 **CLICKBANK**

 **amazon afiliados**

 **SHAREASALE**  
TRUE PERFORMANCE MARKETING

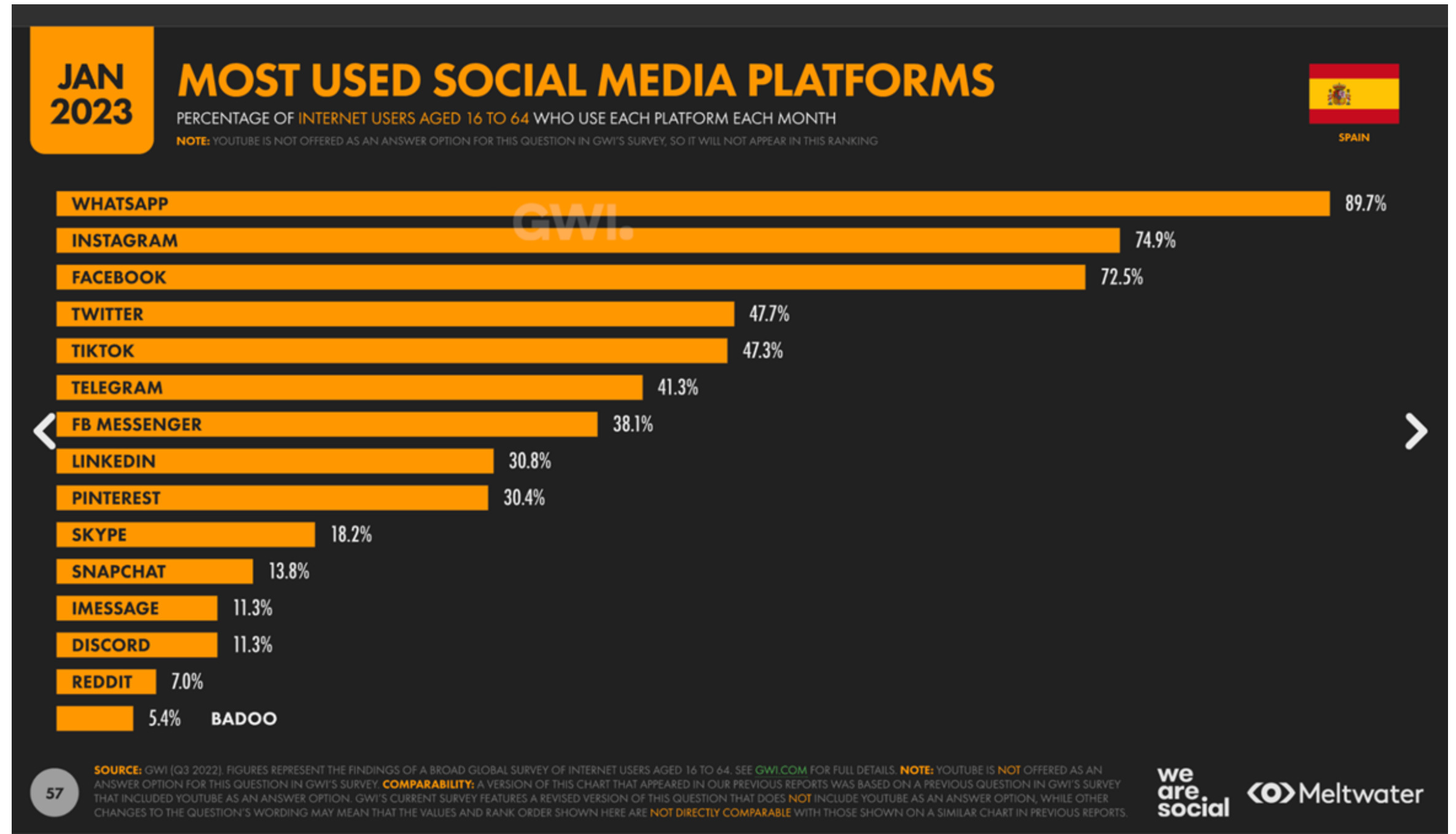
 **Rakuten**  
LINKSHARE™

 **AWIN**

**Taboola**

# Tecnologías

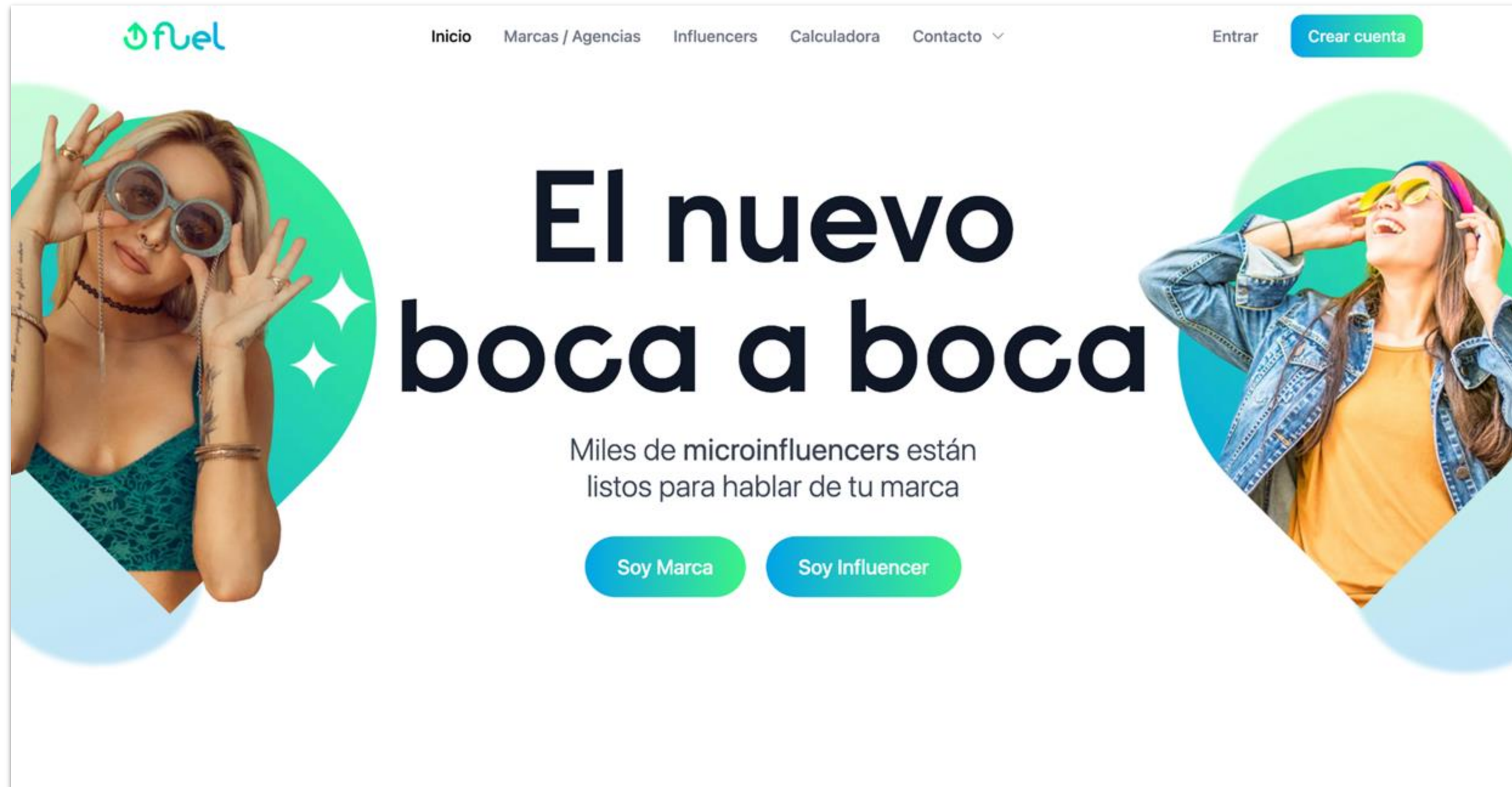
## 5.- TikTok (Poca Broma)





# Tecnologías

## 6.- Marketing de Influencers



The screenshot shows the homepage of the 'fuel' website. At the top left is the 'fuel' logo. The navigation menu includes 'Inicio', 'Marcas / Agencias', 'Influencers', 'Calculadora', and 'Contacto'. On the right, there are links for 'Entrar' and a 'Crear cuenta' button. The main content area features two circular images of influencers. The central text reads 'El nuevo boca a boca' in large, bold letters. Below this, it says 'Miles de microinfluencers están listos para hablar de tu marca'. At the bottom of the main content, there are two buttons: 'Soy Marca' and 'Soy Influencer'.

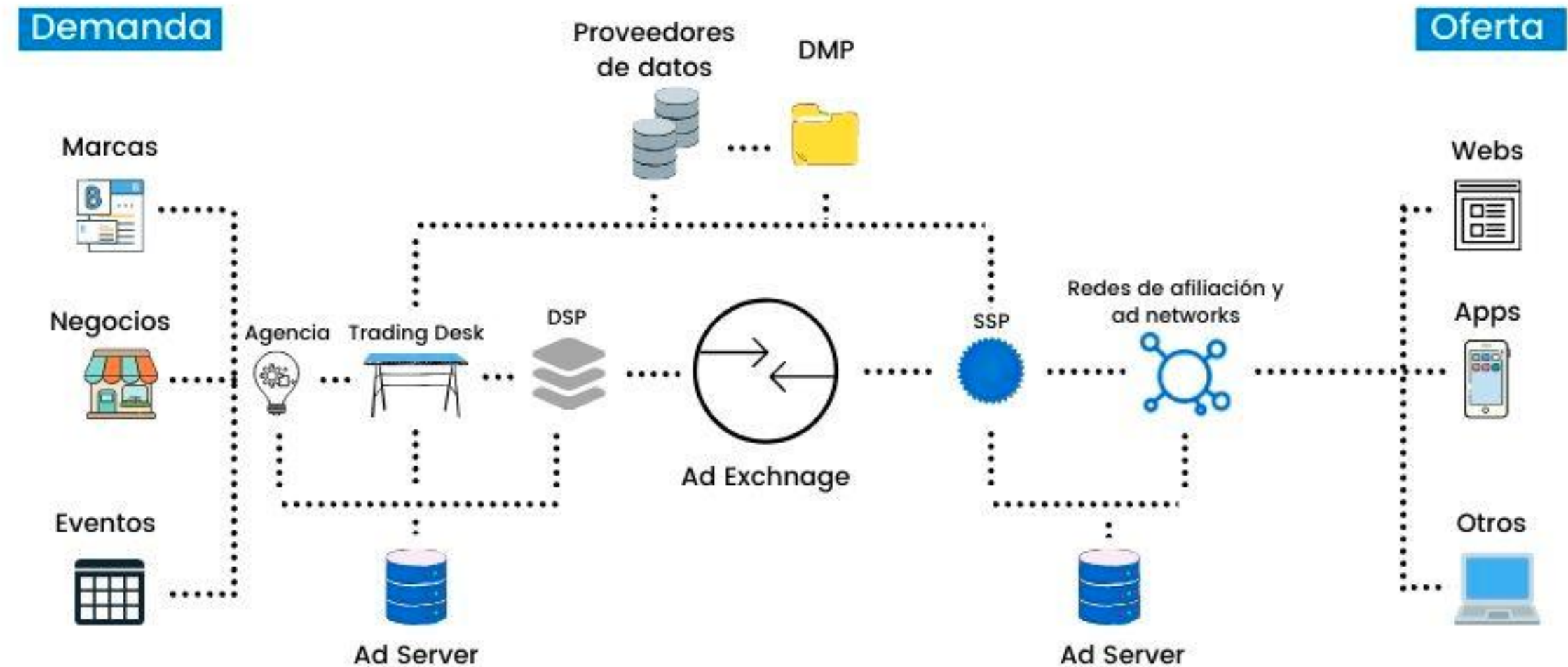
# Tecnologías

## 7.- Publicidad Programática.

 theTradeDesk<sup>®</sup>

MediaMath

CRITEO





# Tecnologías

## 8.- Chatbot basados en IA.



# Tecnologías

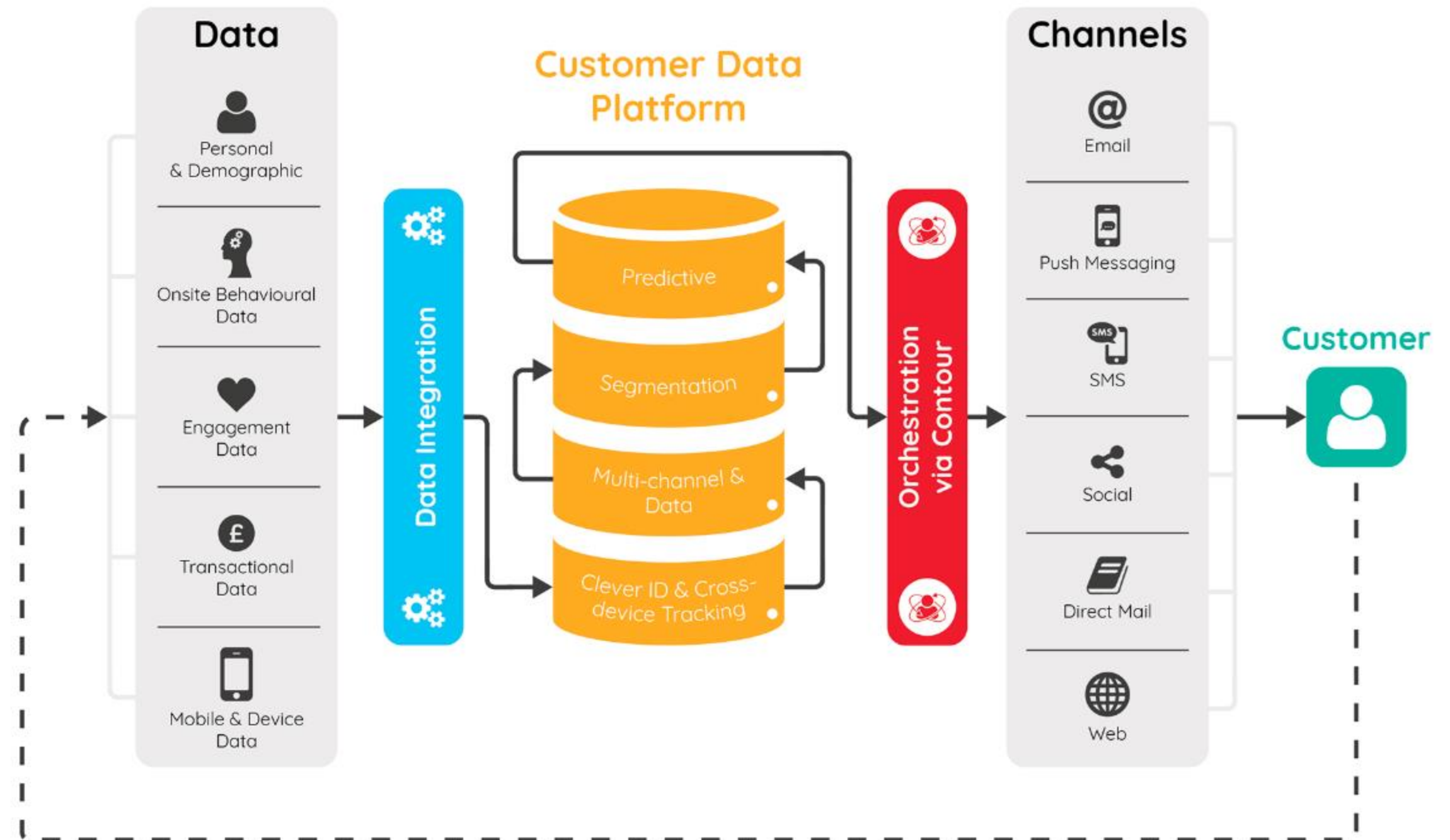
## 9.- CDP (Customer Data Plataforms).

EXPONEA

ZEOTAP

TWILIO  
Segment

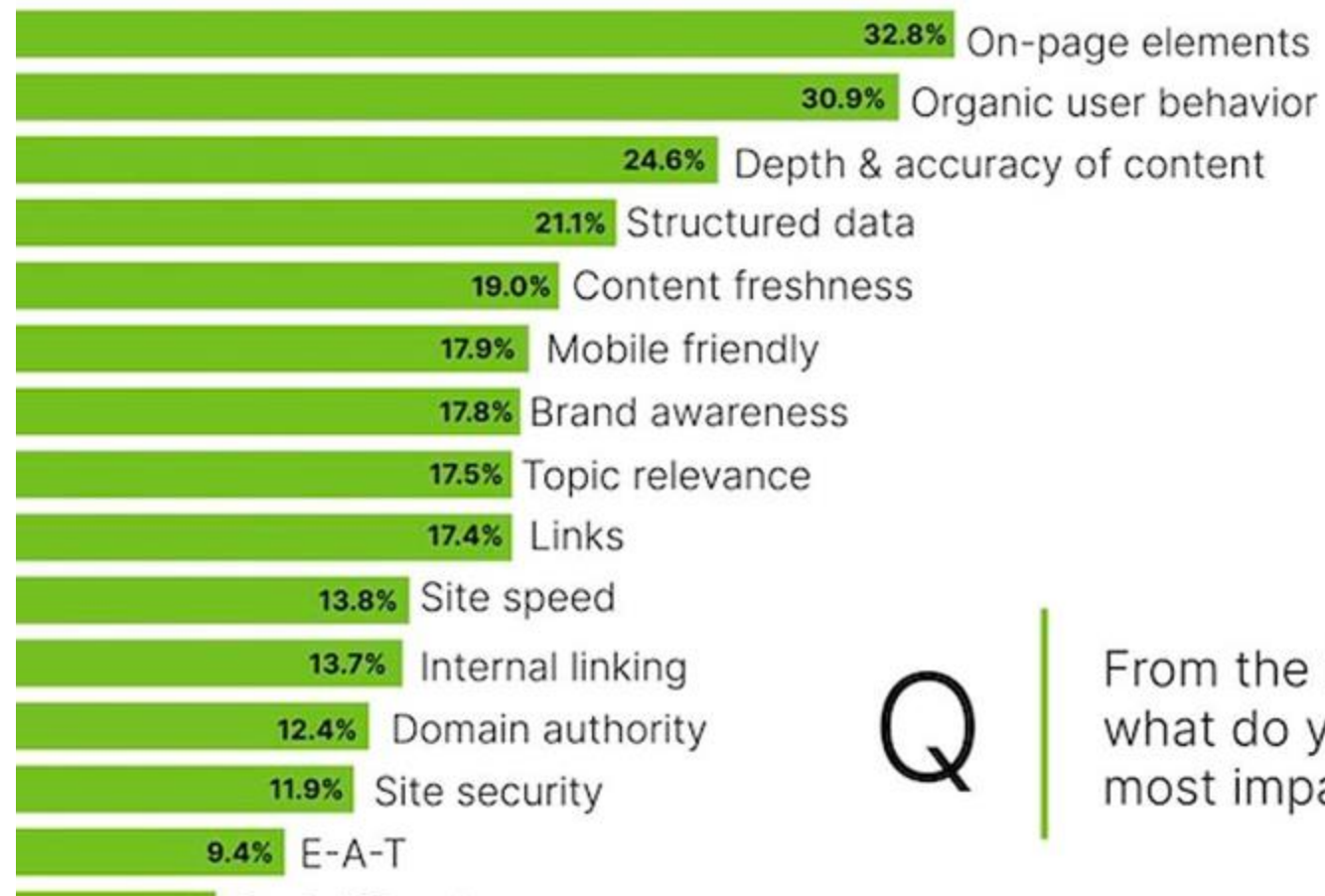
lytics





# Tecnologías

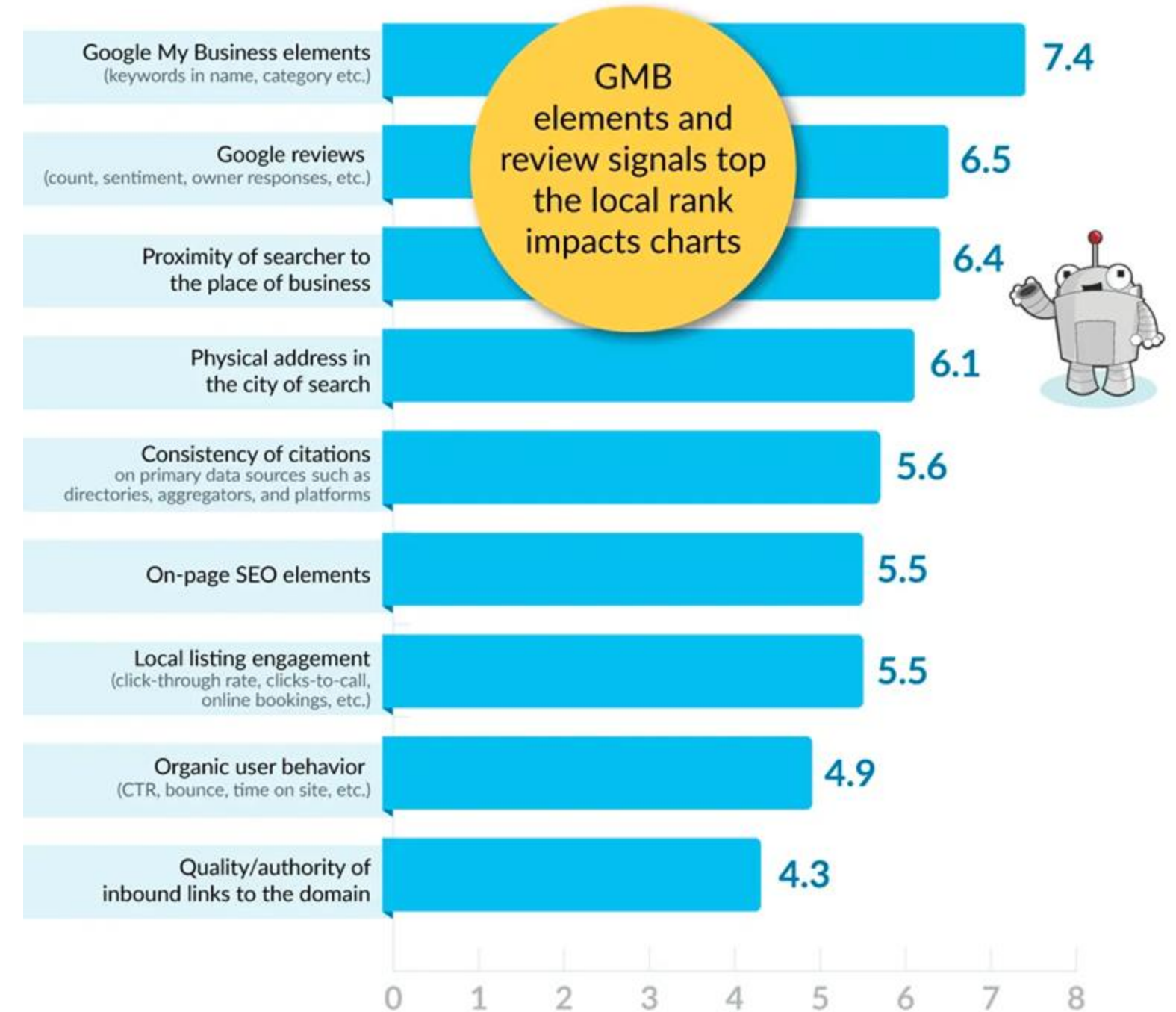
## 10.- SEO.



Q

From the last 12 months, what do you think had the most impact for ranking?

## SEO LOCAL



**“El cambio no es  
bueno ni malo, es  
simplemente  
cambio”**

Don Draper







**Andrés Romero**  
Asiri Marketing

**GRACIAS POR LA ATENCIÓN**

**Twitter:** @andresturiweb  
**Email:** aromero@asiri.es

**[www.andalcialab.org](http://www.andalcialab.org)**

