



Las nuevas tecnologías,
aliadas para ser una lovenmark turística
Marta Soto de La Copy Turística

Evento Transformación Digital & Turismo
17 de febrero

Empecemos por el principio:

¿Qué es una lovemark?



Una lovemark es una **marca que ha conseguido posicionarte en el corazón de los clientes**, conectar con ellos y generar una serie de emociones positivas relacionadas con el estatus, el modo de vivir y/o el sentimiento de pertenencia.

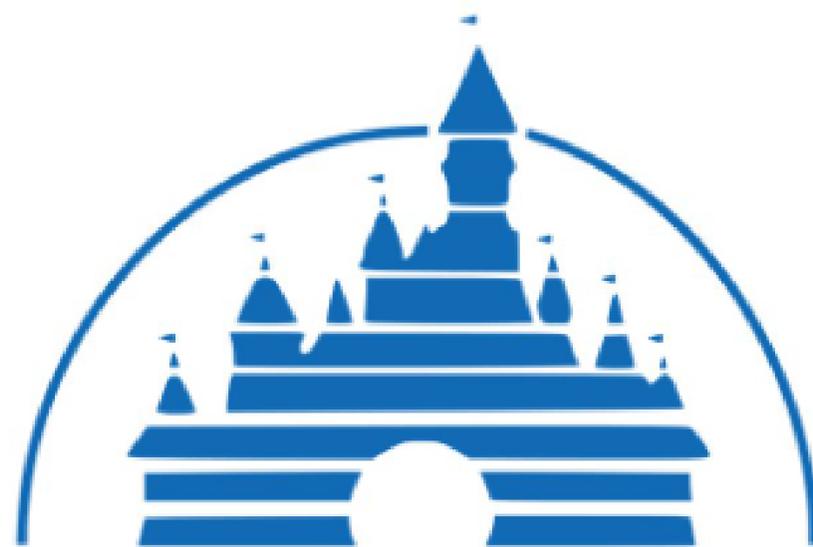
Los clientes se convierten en unos fieles fans más allá de lo que puede resultar razonable que **sienten AMOR del bueno, confianza y respeto por la marca**.



Andalucía lab



Andalucía lab



WALT DISNEY

Andalucía lab



Cuando eres una lovable lo tienes un poquito más fácil para vender

- Tu negocio es más rentable porque fidelizas a muchos clientes.
- Disminuyes la dependencia de los intermediarios.
- Te posicionas como referente del sector.
- Ofreces seguridad y estabilidad, algo que le gusta mucho al cerebro de tu cliente.



***Marta, esto está muy bien,
pero yo no tengo el
presupuesto que tiene Apple
o Nike.***

Lo sé, me hago cargo y traigo a un invitado que tiene algo que decirte al respecto.



No hacen falta grandes cantidades de dinero para enamorar al cliente.

Kike Sarasola

Lo que necesitas es trabajar el **customer centricity**, es decir, poner al cliente en el centro del negocio. Siempre, siempre, siempre.

CUSTOMER

CENTRICITY



Para que esta estrategia funcione debes diseñar una experiencia de usuario (customer experience) de rechupete en todas las fases del customer journey.

Conciencia - consideración - decisión - fidelización



Con, al menos, estos ingredientes:

- Excelencia
- Genuinidad
- Ilusión
- Empatía
- Valores compartidos
- Expectativas
- Novedades
- Pertenencia
- Atención a los detalles



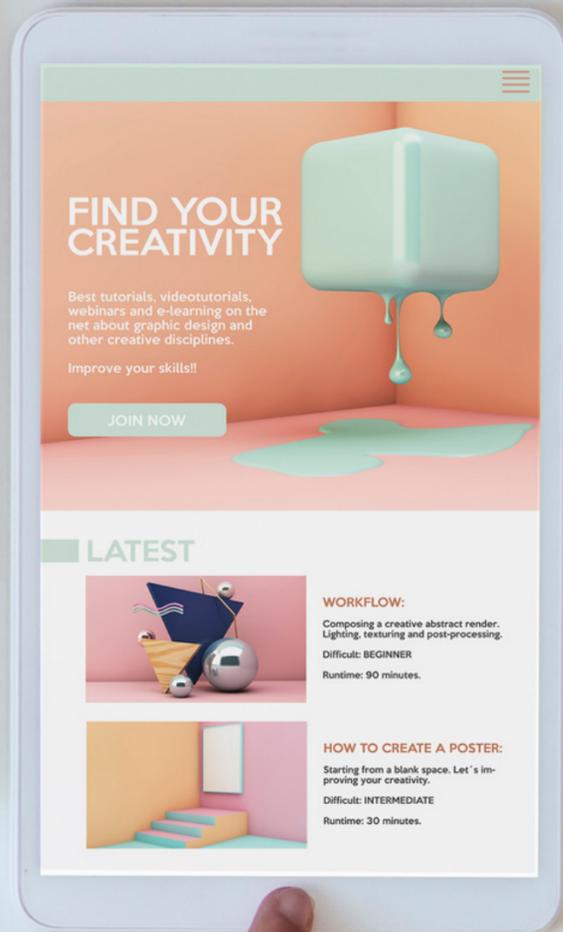
En resumen, el quid de la cuestión está en crear experiencias turísticas que se salga de los cánones de lo que tu cliente ha visto o vivido chorrocientas veces.



Y en ello tienes a las nuevas tecnologías como aliadas.



5 ideas para diseñar una experiencia de usuario top usando las NN.TT.



1. Tener una web + motor de reservas enfocada a vender tus servicios (no a hablar de ti), resaltando tu propuesta de valor, los beneficios que ofreces y qué te hace diferente.



Tu oficina en la playa

Viaja y cuídate con Meliá

+20% descuento extra sobre las mejores tarifas disponibles | **21 Noches** o más

#StaySafeWithMelia

DESCUBRE MÁS

CIUDAD, HOTEL O DESTINO

SELECCIONA FECHAS

1 HABITACIÓN 2 ADULTOS

INTRODUCE TU CÓDIGO

BUSCAR





2. Desarrolla una estrategia de email marketing que te haga estrechar lazos con tus clientes, hacer marca y conseguir fidelizarlos.



3. Usar un CRM para almacenar la información de los clientes. Vital para dar un servicio realmente personalizado.



4. Ofrece un servicio de chat en directo o chatbot para facilitar la comunicación entre el cliente y tú en cualquier fase del customer journey.



5. Ofrecerle más comodidades de las que tiene en casa (inteligencias artificiales, uso de dispositivos móviles...).



Toma las decisiones importantes con el corazón y justifícalas en tu cabeza.

Kevin Roberts



Nowadays you have to create a movement because people don't want to be a part of a brand. They want to be involved in something that has a purpose.

Kevin Roberts



¿Alguna pregunta?

¡Muchas gracias!