



Branding Turístico y Estrategia en RRSS



La marca es la representación visual de un producto, un territorio, una organización.



Fuente. Joantxo Llantada
<http://comunidad.hosteltur.com/post/2008-07-13-la-imagen-del-turismo-en-espa-a-segunda-parte>



Destino = Marca + Reputación

Todos los destinos **compiten** en un mercado abierto

Rank	1950	World Share	1970	Share	1990	World Share	2009	World Share
1	United States		Italy		France		France	
2	Canada		Canada		United States		United States	
3	Italy	71%	France	43%	Spain	39%	Spain	31%
4	France		Spain		Italy		China	
5	Switzerland		United States		Austria		Italy	
6	Ireland		Austria		Mexico		United Kingdom	
7	Austria		Germany		Germany		Turkey	
8	Spain	17%	Switzerland	22%	United Kingdom	18%	Germany	14%
9	Germany		Yugoslavia		Canada		Malaysia	
10	United Kingdom		United Kingdom		China		Mexico	
11	Norway		Hungary		Greece		Austria	
12	Argentina		Czechoslovakia		Portugal		Ukraine	
13	Mexico	9%	Belgium	10%	Switzerland	9%	Russian Federation	11%
14	Netherlands		Bulgaria		Yugoslav SFR		Hong Kong (China)	
15	Denmark		Romania		Malaysia		Canada	
	Others	3%	Others	25%	Others	34%	Others	44%
Total		25 million		166 million		436 million		880 million

Fuente: OMT



Sol y Playa, precio y ecoturismo en torno a la figura de los volcanes.



Sol y Playa, turismo náutico y Ocio nocturno.



Turismo de Negocios, Cultura y Cruceros.



Variedad en la oferta turística, calidad y ocio.



Grandes eventos deportivos, infraestructuras turísticas y Sol y Playa.

Cambios en el entorno que pueden afectar a la marca de un destino

- Terrorismo
- Preocupación por la seguridad
- Salud
- Desastres naturales
- Crisis políticas
- Crisis energéticas / precio del petróleo
- Gestión de crisis (sos.travel)





¿Cuál es tu meta principal en redes sociales?

Estrategia RRSS

■ **¿Cuál es tu meta principal en Redes Sociales?**

Paso 1. Planificar.

¿Por qué? Definición Meta Social

¿Cómo? Plan de Acción

¿Cuándo? Cronograma/ Programación

Estrategia RRSS

¿Por qué? (Definición Meta Social)

La meta define el resultado final esperado





¿Está tu DPO Social engranada con tu meta?

Estrategia RRSS...¿Y sí ordenamos un poco?

- (1) Presencia digital.
- (2) Branding.
- (3) Solucionar problemas.
- (4) Generar más tráfico para mi web.
- (5) Abrir un nuevo canal de comunicación con mis clientes.
- (6) Fidelizar clientes.
- (7) Estudios de mercado entre mis propios clientes.
- (8) Hacer promociones/estimular el consumo.



Estrategia RRSS

¿Cómo? ¿Dónde? Plan de Acción


Paso 2. Programar.




Estrategia RRSS

¿Cuándo? Cronograma/ Programación


Paso 3. Actuar en tiempo y forma.




Establecer un plan



Actitud abierta a la improvisación



Siempre contestar en tiempo



Estrategia RRSS

- **Hitos Sociales.**
- Interaccionar con clientes que están en tu establecimiento en ese momento a través de las redes sociales.
- Información turística “Just in time”.
- Estimular el deseo por ir a tu establecimiento turístico.
- Generar verdaderos “fans” de tu marca.

