Andalucía lab CENTRO DE INNOVACIÓN TURÍSTICA

lab | TALLERES pre

CÓMO ESTAR DE FORMA EFECTIVA EN INTERNET

JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

I. Introducción
II. Usuarios de internet
III. Qué es internet
IV. Presencia de Pymes en internet
V. Beneficios de Internet
VI. Estrategia Online

Llegó Internet….

Con la llegada de Internet, la economía ya nunca será la misma.

Un nuevo fenómeno invade el mercado, la industria y la sociedad.

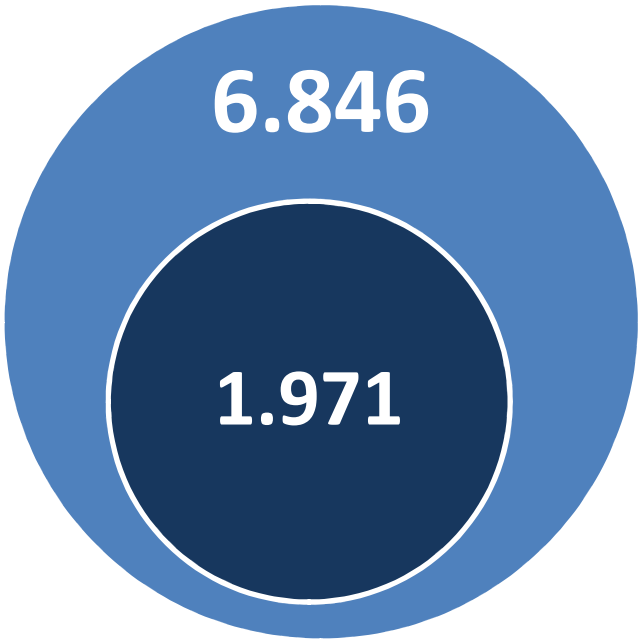
Cambio en los hábitos de consumo

Usuarios buscan productos en internet

Usuarios de Internet

- ✓ Según el US Census Bureau la población mundial es de unos **6.846 millones de personas**

- ✓ Según Nielsen la audiencia de Internet en el mundo es de unos **1.971 Millones de usuarios**



Población mundial vs audiencia de internet

Continents	Population (2010 Est.)	Worldwide Population %	Internet Users	% Population (Penetration)	Growth (2000-2010)	% Users versus Total
Africa	1.013.779.050	14,81	110.948.420	10,94	2357,70%	5,63
Asia	3.834.792.852	56,02	828.930.856	21,62	625,20%	42,06
Europe	813.319.511	11,88	475.121.735	58,42	352,10%	24,11
Middle East	212.336.924	3,10	63.240.946	29,78	1825,30%	3,21
North America	344.124.450	5,03	266.224.500	77,36	146,30%	13,51
Latin America / Caribbean	592.556.972	8,66	205.097.470	34,61	1035,10%	10,41
Oceania / Australia	34.700.201	0,51	21.272.470	61,30	179,10%	1,08
TOTAL	6.845.609.960	100	1.970.836.397	28,79	446,00%	100

Fuente: comScore

Internautas en España

% Internautas (más de 15 años)

65,1% → 25,4MM pers.

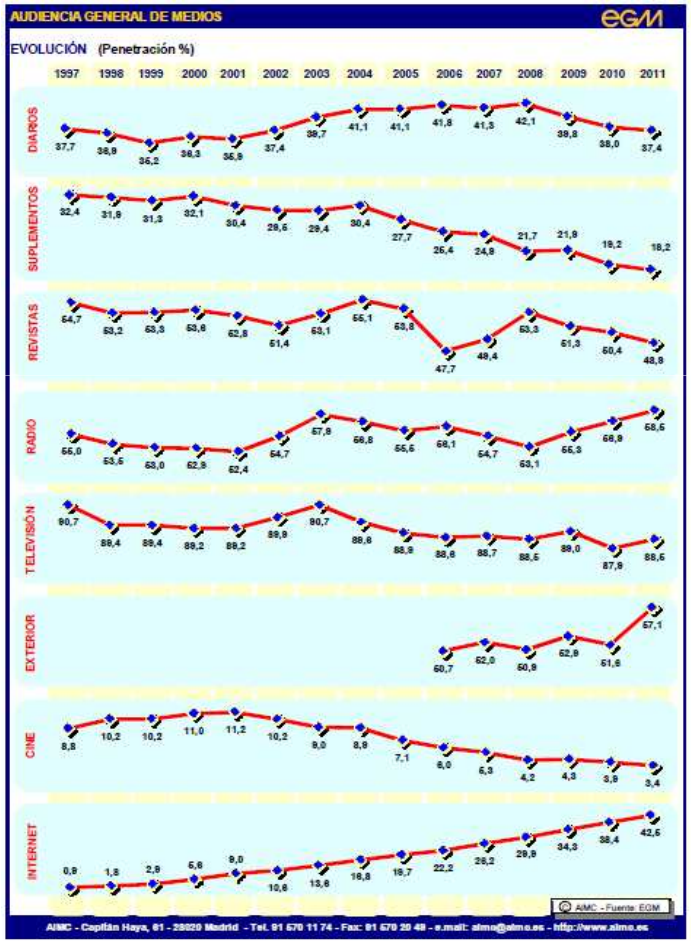
% Internautas (más de 10 años)

69,2% → 27MM pers.

Fuente: Perfil socio demográfico de los internautas 2011

www.andalucialab.org

Audiencia de los medios en España



Evolución

	2010	2011	
Internet	38,4	41,6	**8,3%**
Radio	56,9	57,7	**1,4%**
Diarios	38	37,6	**-1,1%**
Suplementos	19,2	18,6	**-3,1%**
Revistas	50,4	49,8	**-1,2%**
Televisión	87,9	88,4	**0,6%**
Cine	3,9	3,5	**-10,3%**
Exterior	51,6	52,1	**1,0%**

Fuente: *Asociación para la investigación de medios de comunicación*

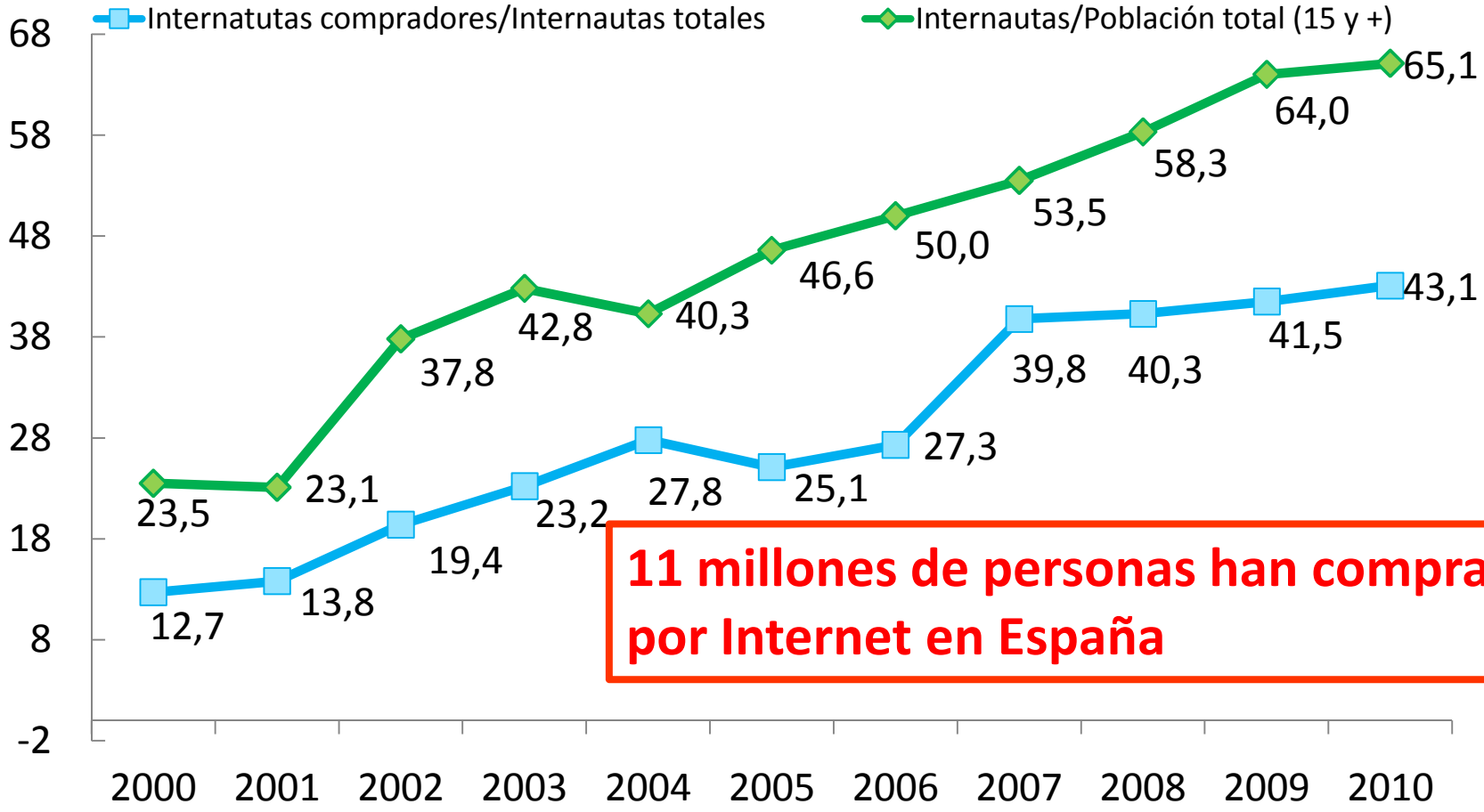
¿Hay mercado?

11 millones de personas han comprado por Internet en España

Volumen de comercio electrónico ha sido de 9.114 millones de euros

Los sectores que lideran el negocio on-line son los relacionados con el turismo y el ocio

Evolución de internautas vs internautas totales

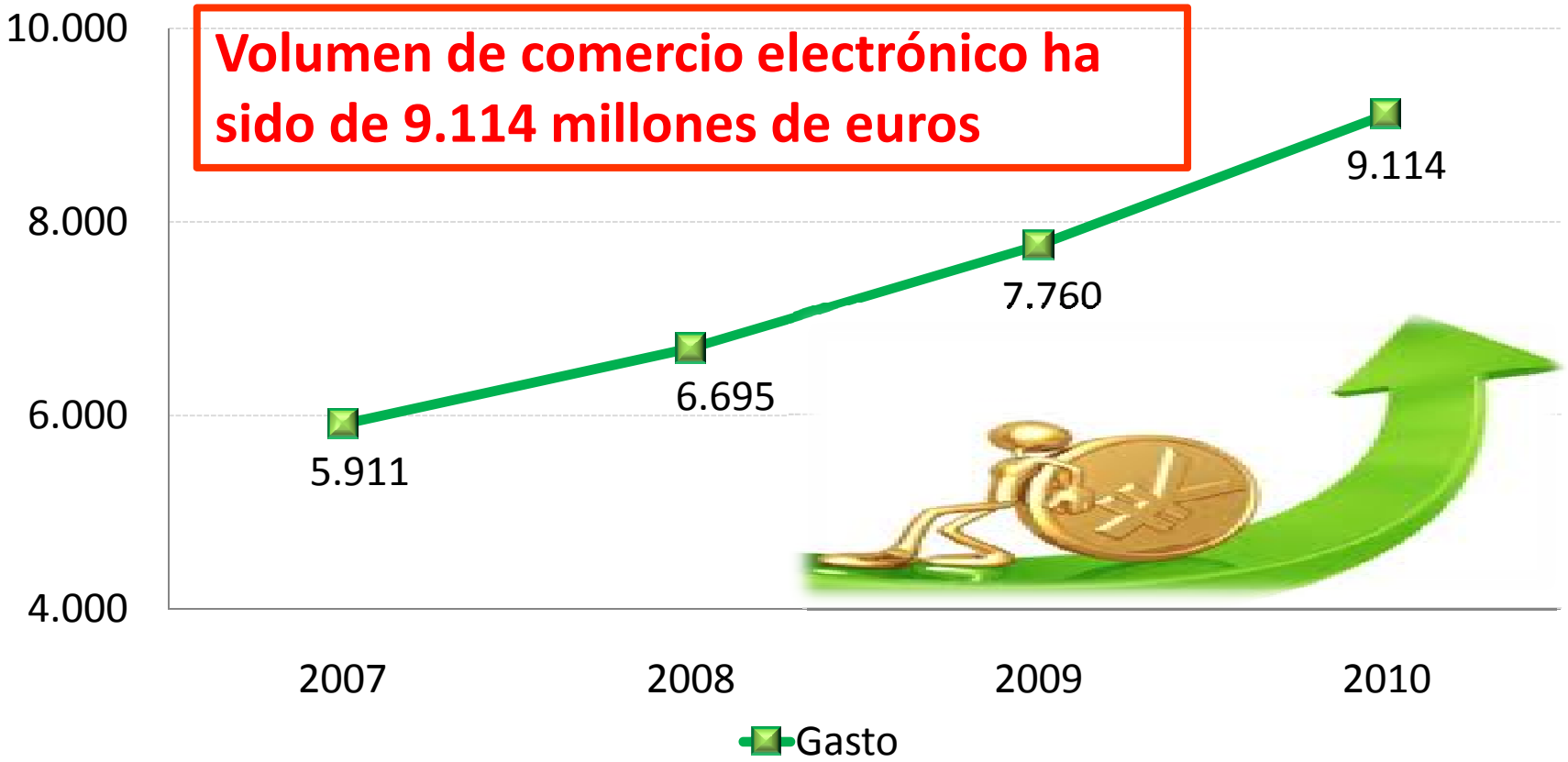


11 millones de personas han comprado por Internet en España

Fuente: Estudio sobre el comercio electrónico 2011

www.andalucialab.org

Volumen de comercio electrónico



Fuente: Estudio sobre el comercio electrónico 2011

www.andalucialab.org

Datos relevantes

Bienes y servicios comprados en Internet

- Gasto medio **831€**
- **70%** usuarios conectados después del horario comercial

Los sectores que siguen liderando el negocio on-line son los relacionados con el turismo y el ocio

Fuente: Estudio sobre el comercio electrónico 2011

www.andalucialab.org

Más datos relevantes

Barómetro del Comercio del Consumidor

- El **42%** de los internautas realizó reservas on line
- El **68%** buscó información en internet sobre un producto antes de comprarlo en una tienda
- El **51%** utilizó Internet en primer lugar para buscar información de un producto
- El **44%** solo compro un producto después de buscar información en Internet
- El **63%** utilizó un motor de búsqueda para informarse de sobre productos

¿Qué es Internet?

"Internet es :

- un Medio de Comunicación,
- un Canal de Distribución y
- un Medio de Interacción

en definitiva un **Entorno de Relación,** complementario, pero a tener en cuenta, en la estrategia global de cualquier empresa"

Según Harris Interactive:

- Internet es el medio con **más influencia** en los consumidores.
- Internet es determinante a la hora de **tomar decisiones**
- Internet permite **ahorrar.**

El medio digital se ha establecido ya como la **principal fuente de información** a la hora de comprar**, la más fiable y la más conveniente,** ya que permite **comparar precios y ahorrar** más dinero a la hora de comprar.

Internet ya no es una opción

La red se ha convertido en el canal, en el camino a seguir si queremos seguir siendo **competitivos** y ofrecer mayor **valor añadido** a nuestros clientes.

Presencia de las Pymes en Internet

Presencia de las Pymes en Internet

España

- Pymes y grandes empresas 67%
- Microempresas 25,9%

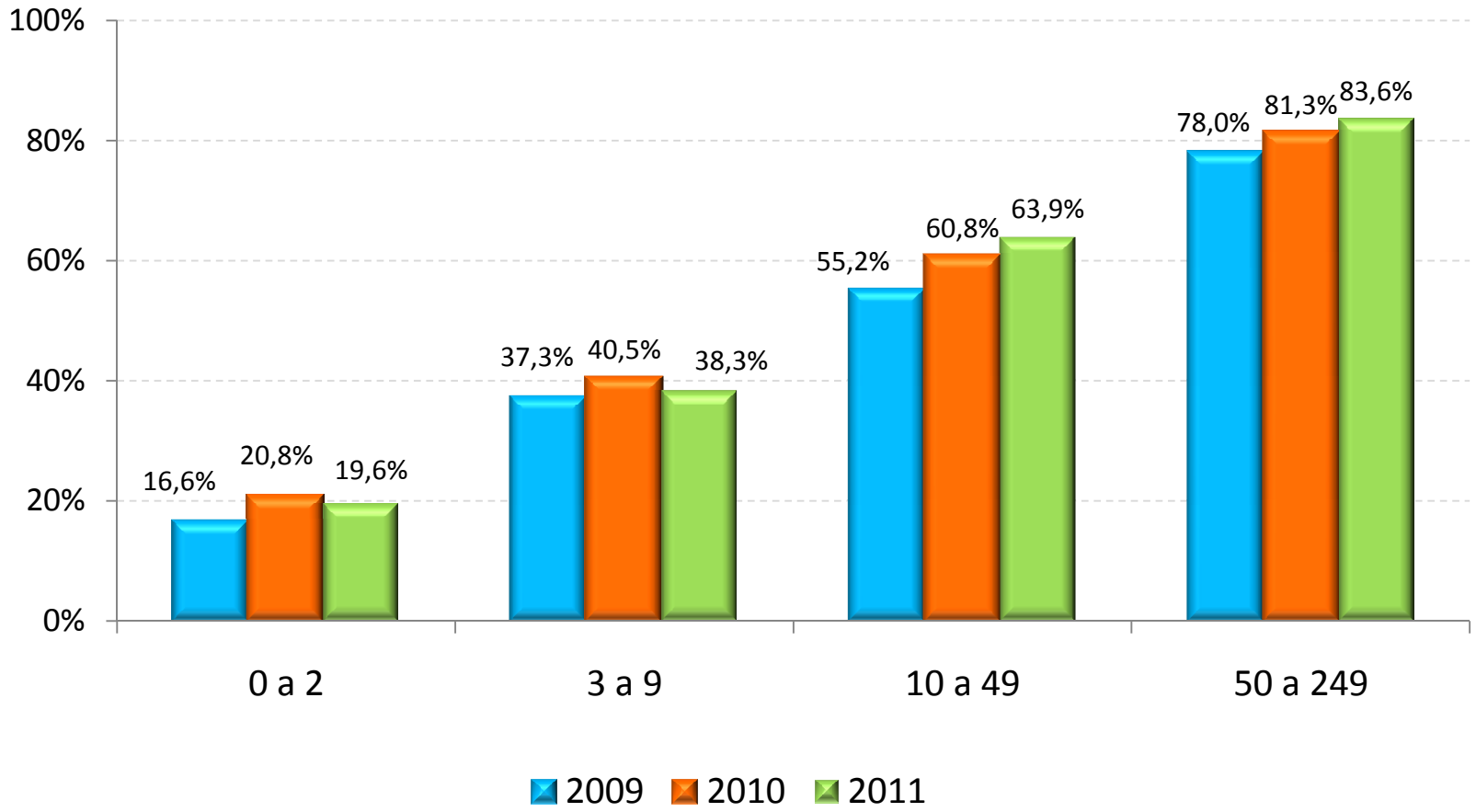
Andalucía

- Pymes y grandes empresas 69%
- Microempresas 24,7%

Nota : Pymes y grandes empresas (10 y más trabajadores)
Microempresas (0 a 9 trabajadores)

Fuente: ontsi observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI

Presencia de las Pymes en Internet



Fuente: ontsi observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI

¿Qué frena a las Pymes para estar presente en internet?

Razones para no tener presencia en la Web

Coste elevado: gran inversión económica

Inversión de tiempo en su mantenimiento.

Porque no la necesito para mi negocio (poca rentabilidad)

¿Por qué tener presencia en Internet?

Para **vender** y ofrecer sus productos

Una sola venta conseguida, amortiza de por vida su marketing en Internet.

- Mayor mercado:
  - Local
  - Mayor cobertura geográfica
- Diferenciación frente a la competencia
- Nuevas oportunidades de negocio:
  - Demanda de productos
  - Nichos y micronichos
- Información actualizada de la empresa

- Por ofrecer servicio 24 horas al día, 7 días a la semana.

- Mejora la comunicación con el cliente

- Para anunciar interactivamente su negocio
- Reducción de la inversión necesaria para llegar a los clientes potenciales

- Medición de resultados

Andalucía lab CENTRO DE INNOVACIÓN TURÍSTICA

¿Cómo?

¿Cuánto cuesta?

JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

¿Cómo??

Estar en internet es necesario, pero no suficiente.

Hay que estar, SÍ…..pero bien

Estrategia Online

- Análisis de situación
- Qué
- A quién
- Cómo
- Con qué
- Medición de resultados

Estrategia Online

- Análisis de situación
- Qué
- A quién
- Cómo
- Con qué
- Medición de resultados

Análisis de situación

- **Externo:** La empresa desde fuera, análisis del entorno político, económico, social y tecnológico. *Oportunidades y Amenazas*
- **Competitivo**: Estudio de los principales competidores, presencia online, posicionamiento, identificar buenas y malas practicas
- **Interno:** procesos de negocio, implementación de tecnologías, personal, etc. *Fortalezas y Debilidades*

Análisis de situación

MATRIZ DAFO:

permite visualizar y resumir la situación actual de la empresa

	POSITIVO	NEGATIVO
A. INTERNO	**FORTALEZAS**	**DEBILIDADES**
A. EXTERNO	**OPORTUNIDADES**	**AMENAZAS**

Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

A quién

Cómo

Con qué

Medición de resultados

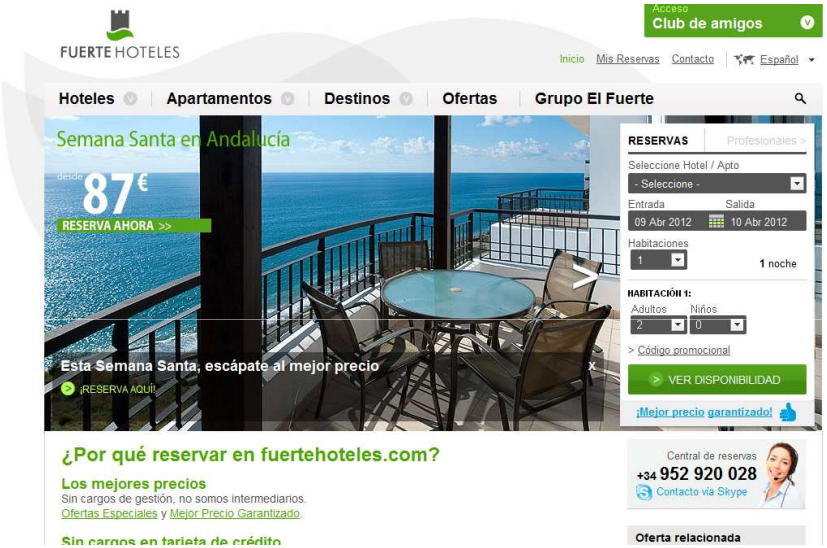
Qué: Objetivos

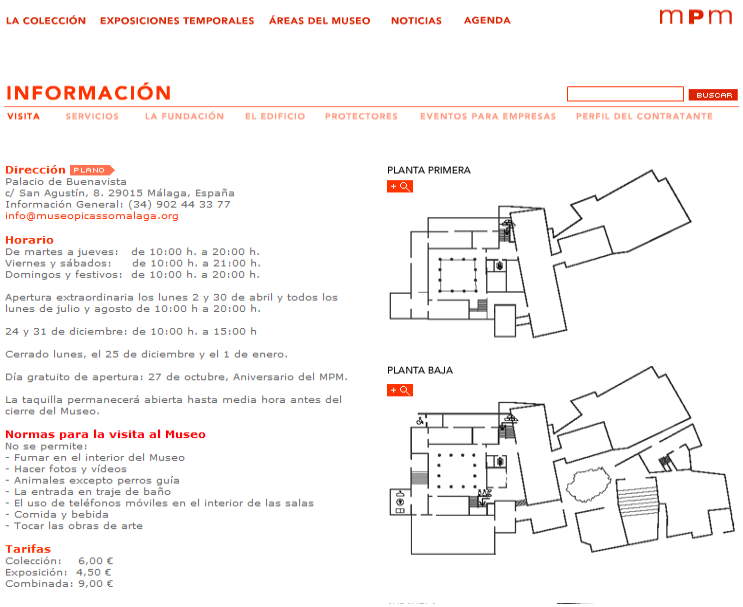
Determinar nuestros **objetivos:**

- Vender
- Aumento de la notoriedad de nuestra marca o producto
- Posicionamiento de éstos
- Captación de nuevos clientes
- Fidelización de clientes actuales

Todo objetivo que queramos conseguir de internet, debe ser **medible y cuantificable.**

Qué: Objetivos





Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

A quién

Cómo

Con qué

Medición de resultados

A quién: Publico Objetivo

Definir a qué **público** nos vamos a dirigir y dónde se mueven dentro de la Red.

¿Quién es mi cliente?

¿Qué compra?

¿Dónde y cómo compra?

¿Dónde lo encuentro?

Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

A quién

Cómo

Con qué

Medición de resultados

Cómo: Plan de acción

- **Plan de acción**: Canales y herramientas a utilizar, acciones de marketing a emprender, acciones permanentes, acciones puntuales, etc.
- **Estrategia de Mercado**
- **Estrategia de Desarrollo de la oferta**
- **Estrategia de comunicación**

Estrategia de Mercado

Desarrollo de Mercado	Productos existentes	Nuevos Productos
Nuevos Mercados	**Estrategias de desarrollo de mercado** Usando internet para dirigirse: •Nuevos mercados geográficos •Nuevos segmentos de clientes	**Estrategia de diversificación** Usando internet para apoyar. •Diversificación hacia negocios relacionados •Diversificación hacia negocios no relacionados •Integración hacia arriba (suministradores) •Integración hacia abajo (intermediarios)
Mercados existentes	**Estrategias de penetración de mercado** Usando internet para: •Aumentar la cuota de mercado •Incrementar la lealtad de los clientes •Incrementar el valor de los clientes (rentabilidad clientes, disminución costes, etc)	**Estrategias de desarrollo de producto** Usando internet para: •Agregar valor a los productos existentes •Incrementar la gama de productos •Ampliar modelos de pago

Desarrollo de Producto

Fuente: www.webasesor.es

Estrategia de desarrollo de la oferta

- Oferta diferenciada, no limitarnos a replicar ofertas en otros canales
- Especificar las variables del producto que vamos a ofrecer a nuestro público objetivo
- 4p del marketing:

Producto
- Adaptar el producto al consumidor digital eliminando o cambiando características

Precio
- Estructuras de costes varían debido a la automatización de ciertos procesos.

Plaza
- Acercamiento entre empresa y consumidor
- Desaparición del canal de distribución o reformulación

Promoción
- Nuevas maneras de hacer publicidad más eficientes y medibles

Fundamental desarrollar una oferta de producto o propuesta de valor diferenciada.

Estrategia comunicación

Plataformas y directorios comerciales

- Para empresas sin web es una forma barata de estar presente en internet.
- Sin coste o muy bajo

PaginasAmarillas.es

El buscador online de Páginas Amarillas (www.paginasamarillas.es) es uno de los buscadores comerciales más consultado por los consumidores. Este buscador permite **dar de alta cualquier empresa sin ningún coste**

(www.google.es/places) es una herramienta gratuita de Google que facilita a los clientes encontrar cualquier empresa más fácilmente en Google Maps.

Google places

Guía de empresas turísticas

http://www.andalucia.org/incluye-tu-establecimiento/

Andalucía

CONÓCENOS HERRAMIENTAS SÍGUENOS EN ALTA EN LA COMUNIDAD

Qué quieres buscar

Comparte esta página

Alta en la Comunidad

Incluye tu establecimiento o recurso turístico

La Comunidad Turística de Andalucía es el mayor punto de encuentro entre viajeros y profesionales que ofrecen sus productos y servicios relacionados con el turismo de Andalucía.

Para que esto sea posible requerimos la colaboración de profesionales y empresas.

Si dispones de alguna empresa o gestionas algún recurso turístico legalmente establecido en Andalucía podrás disponer de un espacio propio en este sitio web y gozar de todos los beneficios de promoción y comercialización que esto supone.

¿Cómo formar parte de www.andalucia.org?

En primer lugar debes comprobar si tu establecimiento ya se encuentra incluido, para ello puede hacer uso de los diferentes buscadores que encontrarás en la página de inicio.

Si ya está incluido, comprueba que tus datos aparecen correctamente. En caso de necesitar realizar cualquier actualización puedes enviarnos los cambios deseados al siguiente e-mail andalucia@andalucia.org donde atenderemos tu petición lo antes posible.

Si todavía no está incluido, puedes solicitar que te incluyamos enviándonos el siguiente formulario debidamente cumplimentado.

¿Qué tipo de empresa o recurso turístico deseas incluir?

(pulsa sobre el tipo deseado y se abrirá el formulario correspondiente.)

Agenda de eventos

HOY JUEVES 26

Enero

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Hoy
Evento
Evento de Turismo Andaluz

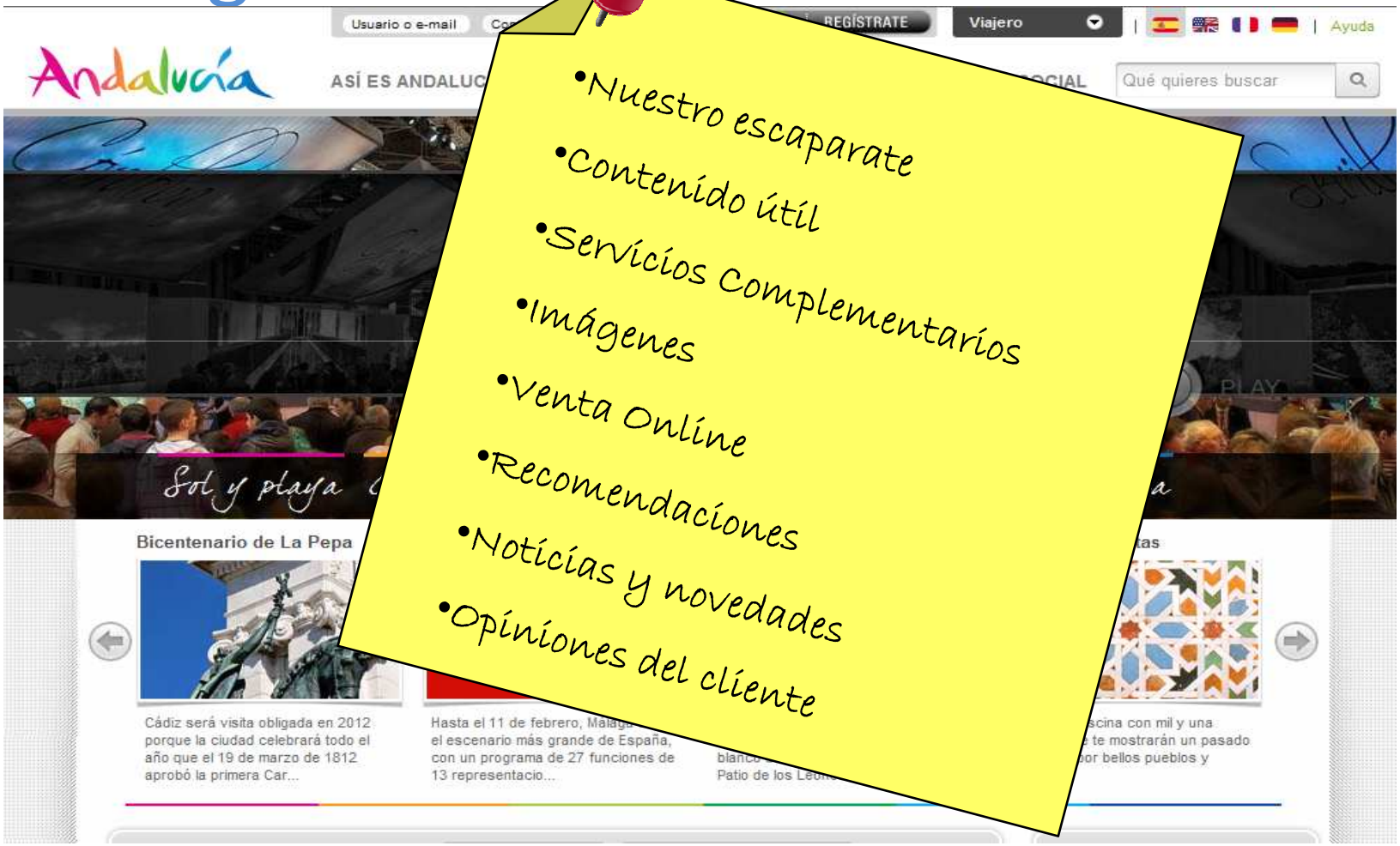
Andalucía Fitur 2012

El tiempo en Andalucia

Descargar Publicaciones

Te puede interesar

Página Web



- Nuestro escaparate
- Contenido útil
- Servicios complementarios
- Imágenes
- Venta Online
- Recomendaciones
- Noticias y novedades
- Opiniones del cliente

Blog

¿Qué es? Una pagina web con características especiales:

- **Participación** de los usuarios
- Forma lineal y fluida, el **contenido** es lo principal

Ventajas

- Permite una presencia inmediata en internet
- Crear un blog es sencillo y gestionarlo también
- Son gratis o con coste bajo: alternativa de bajo costo para tener presencia en la web
- No requiere de conocimientos técnicos: Software de gestión

Blog turismo Google

20 millones de resultados la Web

13,1 millones resultados Páginas en español

5,7 millones resultados Páginas en España

Personas que vienen en un país
Sobre viajes y temáticos por países.
Creados en base a tipología de viajeros.
Para profesionales del sector.
Sobre destinos.
Corporativos
Internos y para cliente interno.
Creados dentro de comunidades de viajeros.

Ranking Blogs Turísticos Enero 2012 http://labs.ebuzzing.es/top-blogs/turismo

¿Cómo lo hago?

- Blogger (http://www.blogger.com)
- Wordpress
  - Versión online (http://www.wordpress.com)
  - Versión con alojamiento (http://www.wordpress.org)
- Drupal (http://www.drupal.org)
- Otros
  - Tumblr
  - Joomla
  - etc.

Redes sociales

- Otra opción para comenzar a dar visibilidad a nuestra empresa de forma sencilla y sin grandes inversiones
- Las redes sociales (YouTube, Facebook, Tuenti…) se han convertido en lugares de encuentro social con una gran carga viral, donde millones de usuarios pasan cada vez más tiempo navegando.

- 10% de su tiempo en Internet
- España es el 7º país en uso de Redes Sociales
- 80 % de los usuarios usan alguna red social
- 60% las visita a diario
- 52% siguen a alguna marca

Fuente: http://101.es/2010/03/24/exito-de-asitencia-al-evento-vive-le-roi/

Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

A quién

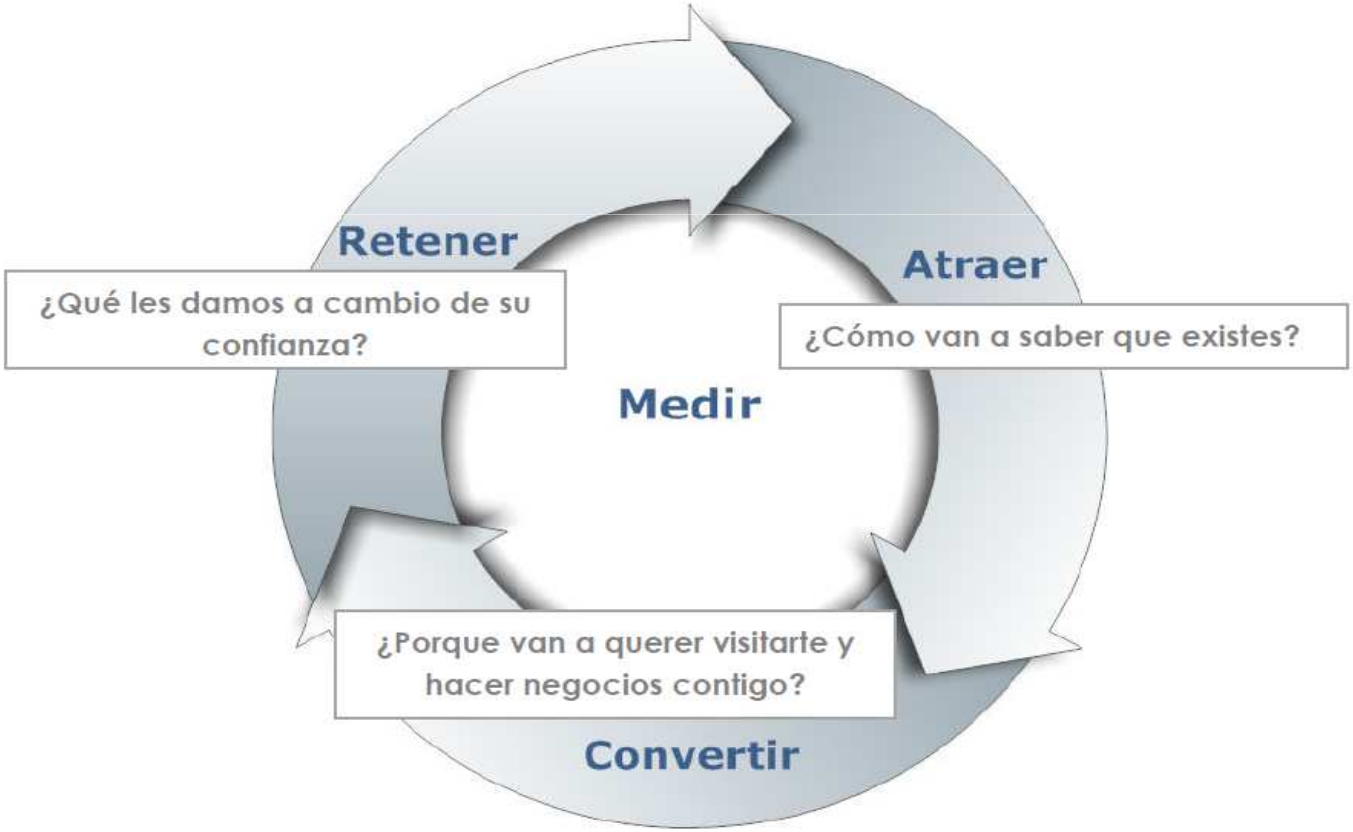
Cómo

Con qué

Medición de resultados

Con qué: Tácticas

Tácticas y programas de marketing para consecución de objetivos



Con qué: Instrumentos de Marketing

Son muchas las herramientas a las que podemos acudir para cumplir los objetivos de nuestra pyme.

- ✓Alta y Posicionamiento en Buscadores
- ✓Campañas de Publicidad en Buscadores
- ✓Campañas de enlaces:
- ✓e-Mail Marketing
- ✓Programas de afiliados
- ✓Marketing Viral
- ✓Marketing de Guerrilla
- ✓Publicidad y Patrocinio

Posicionamiento buscadores

- A través de los buscadores Web se consigue entre el 50% y el 80% del tráfico a la mayoría de páginas web.
- Importante aparecer en las primeras posiciones en las búsquedas
- SEO “Search Engine Optimization”
- SEM “Search Engine Marketing” (Marketing en Buscadores)

Recomendaciones SEO

Gratuito

- Buenos contenidos
  - Atraer visitantes
  - Enlaces
- Actualizaciones continuas
- Selección adecuada de palabras clave
- Cuestiones técnicas: URL amigables, dominios,etc
- Conseguir que otras paginas nos enlacen

Google

hoteles Marbella

Búsqueda

Aproximadamente 17.700.000 resultados (0,20 segundos)

Todo
Imágenes
Maps
Vídeos
Noticias
Shopping
Más

Madrid
Cambiar ubicación

La Web
Páginas en español
Páginas de España
Páginas extranjeras traducidas

Más herramientas

Anuncios - ¿Por qué estos anuncios?

75 **Hoteles** en **Marbella** - Con ofertas especiales
www.booking.com/**Marbella-Hoteles**
Reservar un **Hotel** en **Marbella**

Mejor Precio Garantizado | Sin Cargos de Gestión
Hoteles de Lujo | Hoteles Económicos
Más Populares | Reservados Recientemente

Hoteles Marbella | es.SolMelia.com
es.solmelia.com/**Marbella**
Hoteles de Lujo en **Marbella** Playa. ¡Web Oficial, mejor precio online!

Hoteles en **Marbella** -78% | trivago.es
www.trivago.es/**Marbella/hotel**
trivago™ Los **hoteles** más baratos. El buscador de precios de **hoteles**!
Hoteles populares - Hoteles recomendados - Hoteles céntricos - Hoteles baratos

Hoteles en **Marbella** desde 39€ - Rumbo
www.rumbo.es/**hotel**/espana/malaga/**marbella/hoteles-marbella**.html
Nuestro buscador de **Hoteles** en **Marbella** te ofrecerá una selección con los mejores precios de **Hoteles** en **Marbella**. Ciudad: Entrada: Elige una fecha de Ida ...

FUERTE **Hoteles** **** Costa del Sol y Costa de la Luz, Andalucía
www.fuerte**hoteles**.com/
Hoteles en Costa del Sol y Costa de la Luz, Andalucía, en primera línea de playa , **Hoteles** en **Marbella**, Conil, El Rompido, Estepona y Sierra de Grazalema.

Hotel FUERTE **Marbella** **** Costa del Sol
www.fuerte**hoteles**.com/**hotel**/fuerte-**marbella**/
Hotel FUERTE **Marbella**, en el centro histórico de **Marbella**. **Hotel** en primera línea de playa, 4 ...
★★★★☆ 12 comentarios de Google - 85 €▾

(A) Calle del Fuerte
Marbella
952 86 15 00

LA VILLA **MARBELLA**
www.lavilla**marbella**.com/ - Traducir esta página

(B) C/ PRÍNCIPE, 10

Mapa de **hoteles Marbella**

Anuncios - ¿Por qué estos anuncios?

Hotel Fuerte en **Marbella**
www.fuerte**hoteles**.com/**Marbella**/
Situación privilegiada, mirando al mar, Haz tu Reserva online ya!

Hoteles Marbella
www.nh-**hoteles**.es/**Marbella**
En la web oficial, Hasta 25% Dto en **Hoteles** NH en **Marbella**. Aprovecha!

PT. Banus Benabola **Hotel**
www.**hotel**benabola.es
Descuentos desde el 25%
Reserve ahora en el 952815000

Marbella desde 14€
www.travelrepublic.es/**Marbella**
Ahorra hasta un 70% en **hoteles** de **Marbella** entre 1* y 5*

H10 Andalucía Plaza
www.**hotel**h10andaluciaplaza.com
Hotel 4* renovado en Puerto Banús

SEO

SEM

SEM

- Anuncios patrocinados en los motores de búsqueda
- Centrada en conseguir objetivos
- Coste
- ¿Cómo? Palabras clave, Coste,etc

Google Adwords

Google AdSense

YAHOO! PUBLISHER NETWORK

Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

A quién

Cómo

Con qué

Medición de resultados

Medición de resultados

Analítica Web:

- Cuantificar objetivos
- Nos ayuda a optimizar una web, blog, etc
- ¿Qué? ¿Por qué? ¿Cómo? ¿Cuánto? Y ¿qué más?....
- Indicadores claves de rendimiento
- Herramientas: pago y gratuitas

Estrategia Online

Qué	• Determinar cuáles son nuestros **objetivos:** Vender, atraer visitas, nuevos segmentos de mercardo, Branding, etc.Todo objetivo que queramos conseguir de internet, debe ser **medible y cuantificable.**
A quién	• **Publico objetivo** : definir a qué público nos vamos a dirigir y dónde se mueven dentro de la Red.
Cómo	• **Plan de acción**: Canales y herramientas a utilizar, acciones de marketing a emprender, acciones permanentes, acciones puntuales, etc.
Con qué	• Alta, personalización y configuración de perfiles en redes sociales, creación de blogs, participación en otros medios,... • SEO, SEM, CPC, Email Marketing, etc
Medición de resultados	• Evolución de la estrategia de la empresa en Redes sociales, Impacto de las campañas ,Consecución y cumplimiento de objetivos ,Reputación en la Red

Estrategia Online

A tener en cuenta:

- Las acciones **on-line y off-line** tienen que verse como una misma cosa.
- Todos los canales online y relaciones con los medios de comunicación deben trabajarse de **forma coordinada**. Muchas veces el éxito online viene dado porque existe una repercusión offline.

quiere ayudarte, a través de su programa de formación, a que tu negocio esté presente en internet

RÁPIDA

ECONÓMICA

AUTÓNOMA

Muchas gracias!!!

mjreyes@andalucia.org

@mjreyesrios

Centro de Innovación Turística de Andalucía. Ctra Nacional 340, Km 189,6
Marbella, 29604 – Málaga.
Teléfono: (+34) 951 704 630 Fax: (+34) 951 248 906
www.andalucialab.org