

# Promoción interna y att al cliente

Buenas prácticas de la empresa como agente turístico local

Análisis y valoración de proyectos turísticos de empresas locales



# Gestión de la empresa

1. Origen
2. Formación y experiencia
3. Viabilidad del proyecto
4. Necesito dinero
5. Cultura de empresa
6. Equipo de personas
7. Cashflow
8. Formación y colaboración
9. Emprendimiento social



# Futuro de la empresa turística

- Economía colaborativa
- Turismo sostenible
- Turismo social
- Impacto social
- Nuevas tendencias
- Misión y valores



# Vida después de la pandemia

- Trabaja tu marca
- Genera confianza
- Mundo online-offline



# Recursos Humanos

- Liderazgo
- Implicación del personal
- Motivación
- Formación



# Marketing turístico

1. Necesidad del marketing en el sector turístico
2. Marketing mix (personas, procedimientos y evidencia)
3. Experiencia turística
4. Segmentación de mercado y público objetivo
5. Marca e imagen de la empresa
6. Acciones de promoción
7. Plan de marketing
8. Normativa de comercialización
9. Presupuesto



The infographic features a blue background with a central brain icon filled with various marketing and technology icons like a funnel, lightbulb, and gears. Below the brain is a yellow banner with the text '15 NEUROMARKETING' and 'Formas de persuadir en tu NEGOCIO TURÍSTICO'. At the bottom, there is a blue banner with the text 'ii Lo vas a flipar !!' flanked by fire emojis. The website 'www.mabelcajal.com' and the handle '@MabelCajal' are visible in the bottom corners.

**15 NEUROMARKETING**  
Formas de persuadir en tu NEGOCIO TURÍSTICO

ii Lo vas a flipar !!

[www.mabelcajal.com](http://www.mabelcajal.com) @MabelCajal

[Marketing digital en el turismo](#)



# Práctica

Elabora un plan de RRHH y de marketing en tu empresa.

1. Anea Tiempo Libre y Albergue Ejea de los Caballeros
2. Autocares Monsegur
3. Turismo en Tauste y Longás



# Desarrollo turístico para la creación de empresas

- Turismo rural
- Turismo interior
- Turismo de calidad
- Poca inversión
- Riqueza local



Oportunidades dentro del sector  
Nuevos planteamientos  
Mentalidad post pandemia



# Ayudas económicas para las empresas

- 50 millones de euros
- 12.000 establecimientos
- 60% Gobierno de Aragón
- Diputaciones y Ayuntamientos
- Tercer plan para el sector



# Promoción interna y att al cliente

Atención al cliente como agente turístico local



# Comunicación interna

1. Tipo de empresa
2. Estructura de la organización
3. Comunicación con los empleados
4. Comunicación con los proveedores
5. Alojamiento
6. Agencia de viajes
7. Restauración
8. Empresas de intermediación
9. Liderazgo y [manuales de calidad](#)



# Operativa a la llegada previa del cliente

## Tipos de clientes

Criterio	Clientes	
Frecuencia de compra	Cliente habitual	
	Cliente esporádico	
Productos	Línea A	Línea B   Línea C
Antigüedad	Clientes de menos de 1 año	
	Clientes entre 1 y 5 años	
	Clientes de más de 5 años	
Facturación	Cliente menos de X € anuales / mensuales	Cliente más de X € anuales / mensuales
	Cliente menos de X unidades de producto anuales / mensuales	Cliente menos de X unidades de producto anuales / mensuales

## Att personalizada

### expectativas



### percepciones



# El trato directo con el cliente

## Operaciones y procesos

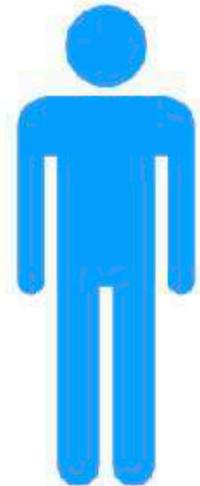


**Check in**

entrada

bienvenido

habitación



**Recepción**

estancia

información

resolución de problemas



**Check out**

salida

factura

fidelización

## Servicios



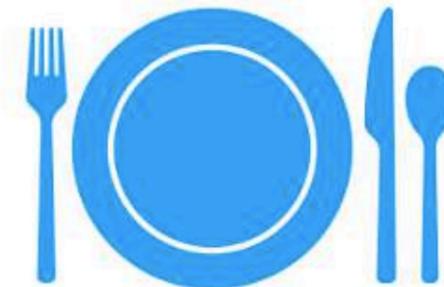
compras



espectáculos



visitas guiadas



restaurantes



monumentos



excursiones

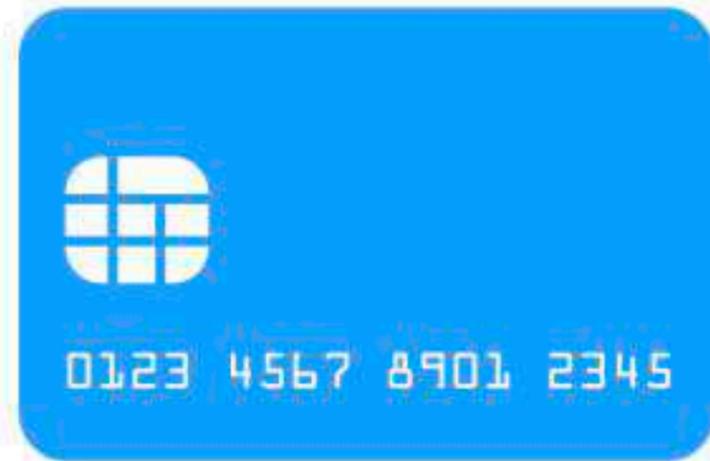


# Fidelización

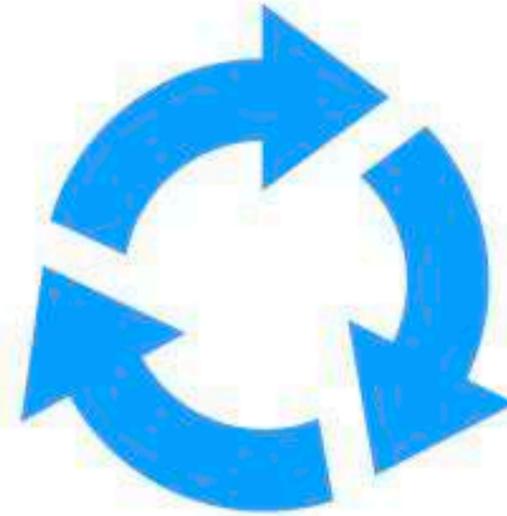
Los clientes pueden convertirse en fans



**idea**



**campaña**



**feedback**



**amor**



# Fidelización

Los fans pueden convertirse en clientes

**opiniones**



**quejas**

**atención**



**telefónica**

**reputación**



**on line**

<https://soporte.guruwalk.com/hc/es/articles/360021723779--Cómo-aumentar-tu-tasa-de-recurrencia->



# Práctica

## Ejemplo práctico de cómo gestionar una reclamación de un cliente

1. ¿Tengo un procedimiento a seguir para este tipo de situaciones?
2. ¿Es necesario una att telefónica 24h?
3. ¿Cómo resolverías tu este tipo de situaciones?

## Ejemplo práctico de cómo gestionar las RRSS de mi empresa

1. ¿Llevo directamente como responsable o empleado las RRSS?
2. ¿Es necesario contratar a un profesional?
3. ¿Qué tipo de RRSS te parece más efectiva para tí?



# Propuesta formativa turismo sostenible

- Claves para la transformación hacia un modelo de turismo sostenible
- Gestión sostenible de los destinos turísticos
- Competencias digitales aplicadas al turismo
- Comunicación efectiva
- Redes Sociales
- Idiomas: Inglés y Francés para conectar con el cliente
- Rutas gastronómicas a través de productos locales
- Embajadores: motivar para mejorar
- Conoce a tu cliente Claves de la atención al cliente
- Conoce tu entorno...Saber más allá de tu negocio



# Experiencias turísticas en Aragón

## Selección de 2021

Elige al azar una de las experiencias y crea tu experiencia personalizada.

1

### CANAL DE RESERVA

Define el canal o donde dar visibilidad y ofrecer las reserva de tu experiencia

2

### PRODUCTO TURÍSTICO

Define lo recursos que utilizarás, los servicios que se darán y las infraestructuras

3

### PÚBLICO OBJETIVO

Determinar el público será fundamental para orientar este tipo de experiencias



### Organismos Turísticos

Tendrás que apoyarte en alguna empresa pública o privada



### Turismo Sostenible

Introduce elementos sostenibles en la experiencia



### Expone en público tu obra

Ya eres todo un experto en el campo, presenta tu experiencia en sociedad.

