

3 PASOS PARA DIGITALIZAR TU OFICINA

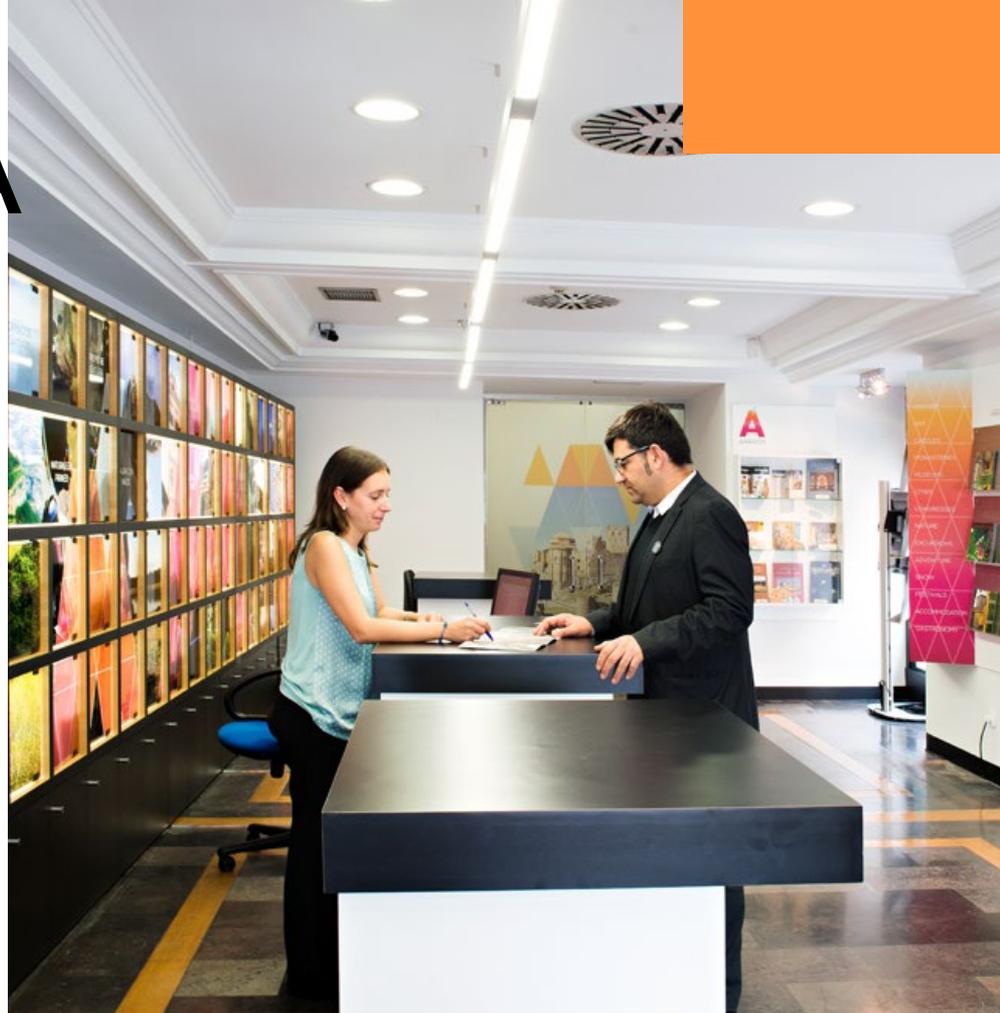
JESÚS DE BÉJAR RIQUELME
COO & COFOUNDER **Urban.es**



iUrban.es



¿QUÉ ES UNA OFICINA DE TURISMO?



BRUNO GOVAL

1. Seducir y garantizar la llegada del turista **(Antes)**
2. Satisfacer al cliente cuando está en el destino **(Durante)**
3. Fidelizar al cliente una vez deja al destino **(Después)**





¿POR QUÉ
DIGITALIZAR?

LA INFORMACIÓN ES PODER

CONOCER



AHORRAR

INTERACTUAR 24/7



TOMAR DECISIONES

ANTES- HACER QUE VENGAN

1



REDES SOCIALES

Perfiles en instagram,
facebook, tripadvisor

2



CONTACTO ONLINE

Formulario web,
Whatsapp, chatbot

3



OFERTA PAQUETIZADA

Envío oferta personalizada
en su idioma



malagaturismo ...

Seguir

Málaga Ciudad Genial

Official Instagram account of Málaga. Cuenta oficial del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga

linktr.ee/malagaturismo

Le siguen [hagakura999](#), [promalagamlg](#) y [fiwarezone](#)

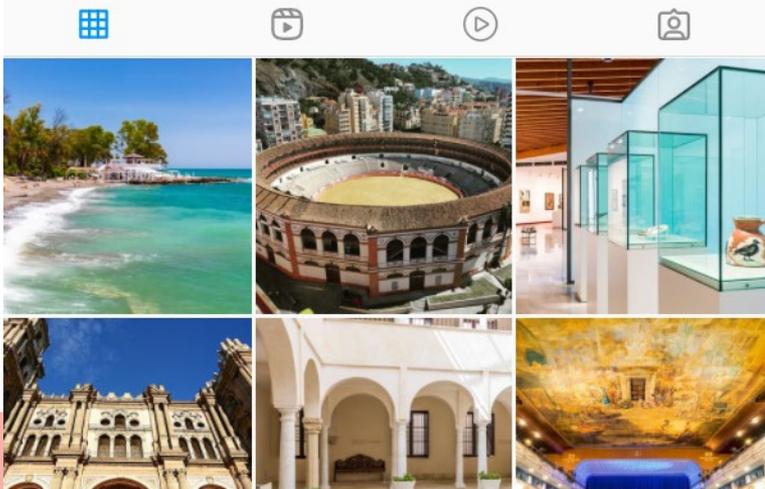


#MálagaE... Trivial Mál... MTD SSantaML... Día Felicidad... Vídeos #Callejean... #Descul

2.057
publicaciones

70k
seguidores

318
seguidos



1) REDES SOCIALES

el 70% reservará su viaje a través de su teléfono móvil

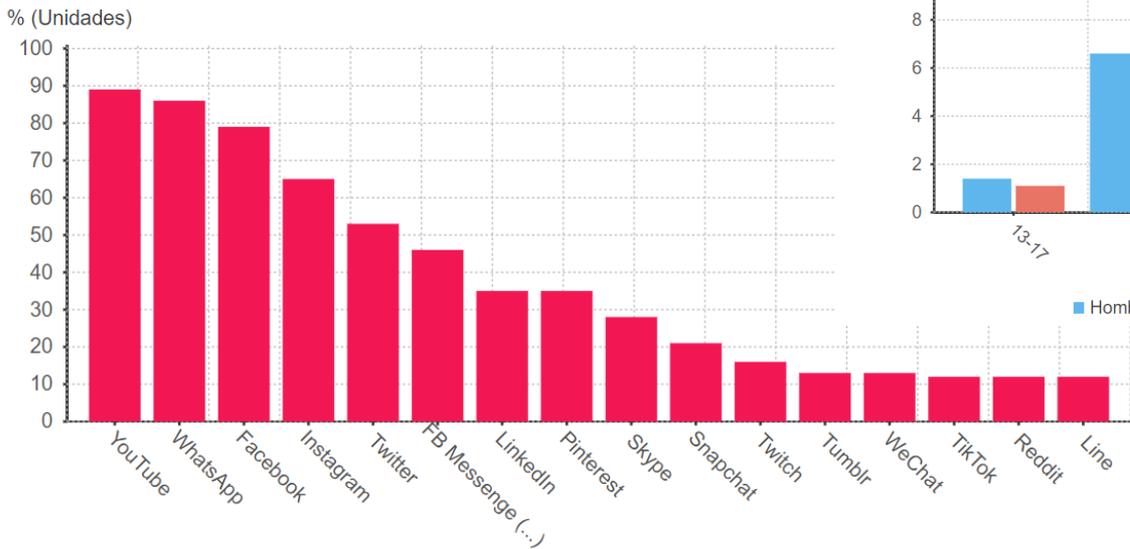
“Stratos Jet”

USO RR.SS.

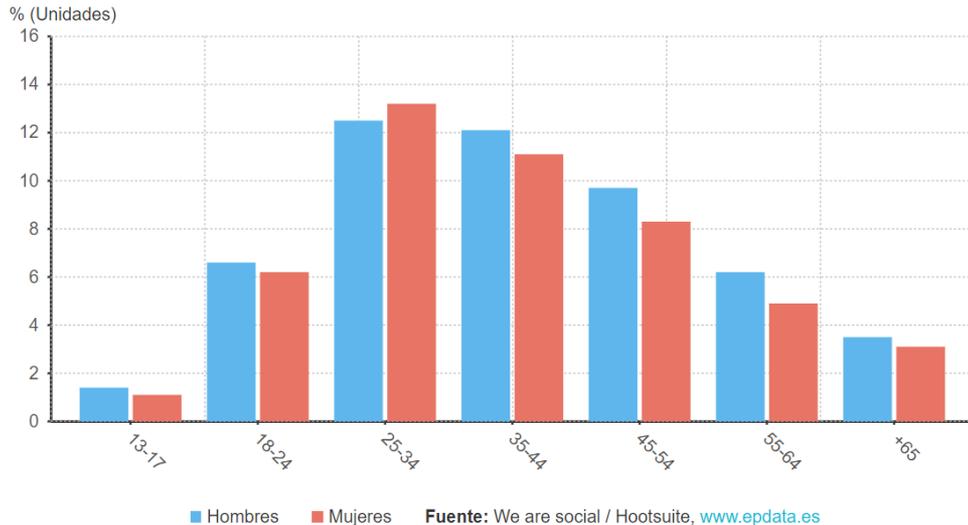
REDES + UTILIZADAS

Youtube, WhatsApp, Facebook e Instagram (la que más seguidores ha ganado de un 49% a un 54%).

Porcentaje de usuarios de internet entre 16 y 64 años que afirman u



Porcentaje de la audiencia publicitaria total en Facebook, Instagram y FB Messenger



% EDAD USO DIARIO

El perfil del internauta que utiliza las redes sociales es muy similar en ambos sexos (hombres 49% vs mujeres 51%) y promedia una edad de 39 años.

2) CONTACTO ONLINE

01

FORMULARIO WEB

Canal oficial para responder las dudas

02

REDES SOCIALES

Mensajes directos con los usuarios, programar respuestas

03

WHATSAPP BUSINESS

Mantener un diálogo, no recomendado falta personal

04

CHATBOTS

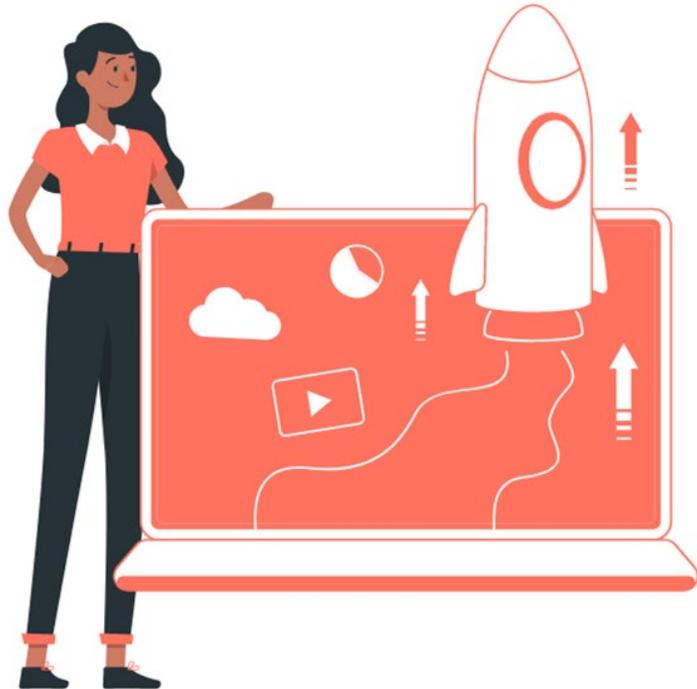
Responder dudas de forma inmediata, registrar dato del turista

05

CRM CENTRALIZADO

Aglutinar en un solo gestor todas las peticiones y registrarlo

3) PAQUETES PERSONALIZADOS



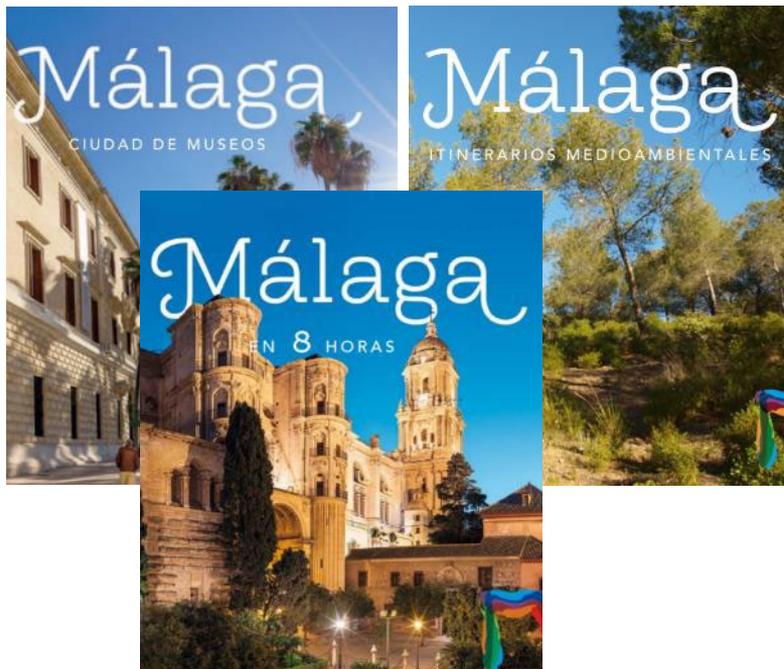
Antes



PDF O WEBAPPS

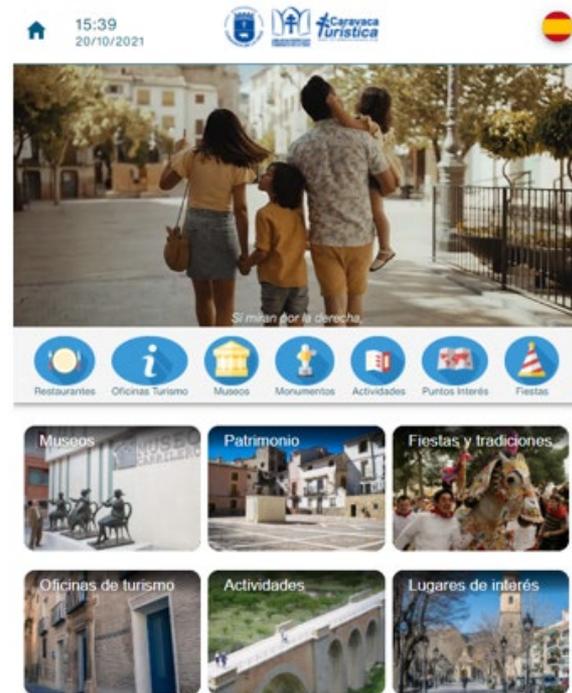
PDFS

Demostrar iniciativa respecto otros destinos, traducción y elaboración



WEBAPPS PERSONALIZADAS

Enviar exactamente contenidos y poder obtener estadísticas de su uso en la web, para poder seguir dialogando con él



DURANTE- SATISFACER AL TURISTA

ADAPTARNOS A SU ESTANCIA

Registro del visitante y personalización según intereses y tiempo en el destino



IMPACTARLE CON CONTENIDOS

Mostrarle recursos del destino e intentar **alargar su estancia**, con eventos futuros, videos, etc.

EVITAR QUE ESPEREN

Soportes digitales para **ayudar a los técnicos** en temporada alta y al turista a preparar su viaje



DARLE LA INFO PARA SU MÓVIL

Toda la info llevarla en su móvil y ver **cómo llegar en Open Street Maps**, ya sea por QR o a su email

- **Puntos de interés** (descripción varios idiomas, cómo llegar en Google Maps, Horario...)
- **Comercios y experiencias cercanas:** Directorio geolocalizado para dinamizar el entorno
- **Agenda y eventos:** En tiempo real o programados
- **Mapas descargables, rutas, guías,** todo lo relacionado para captar su email

1- ADAPTARNOS A SU ESTANCIA



INTERESES

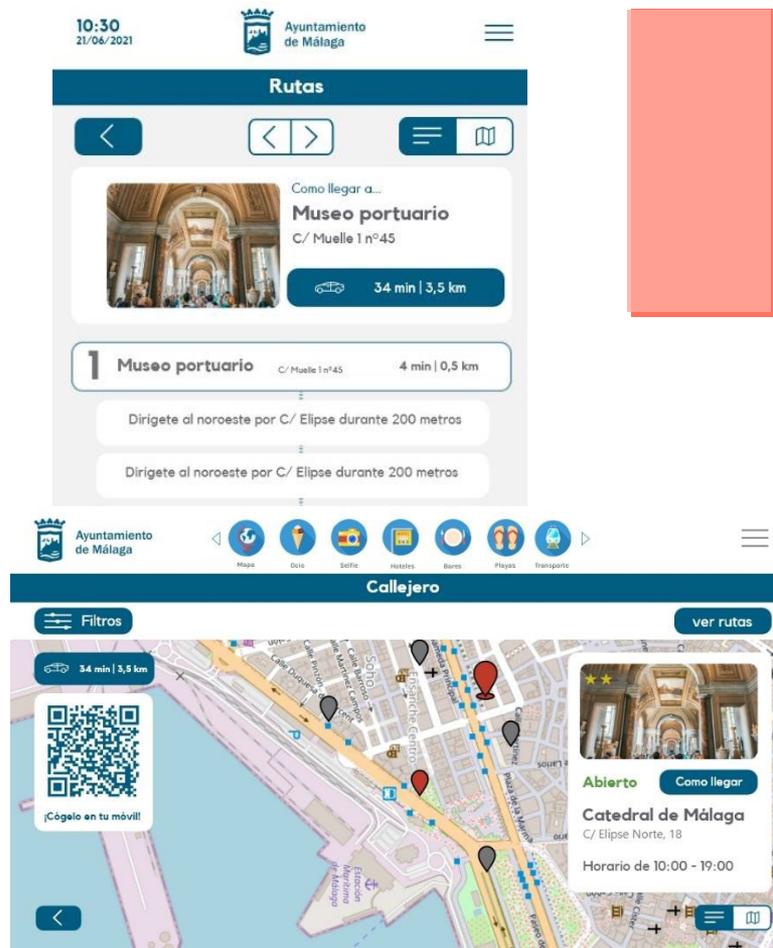
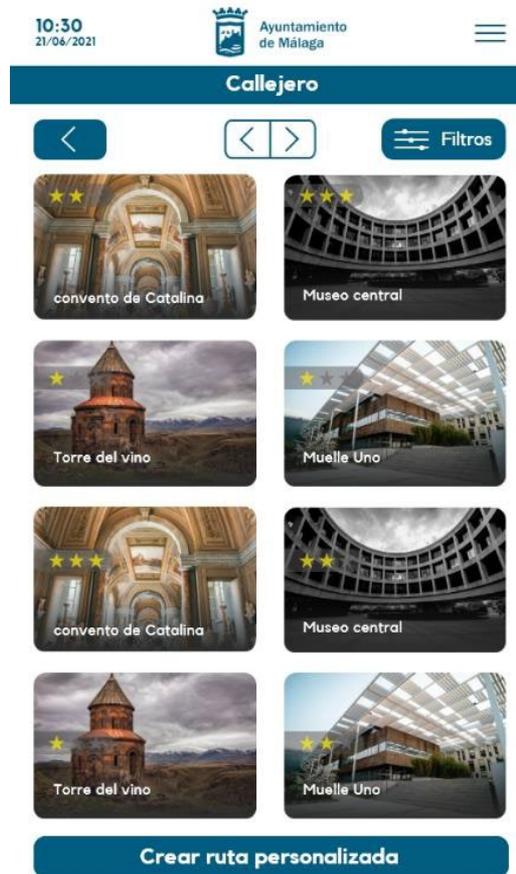
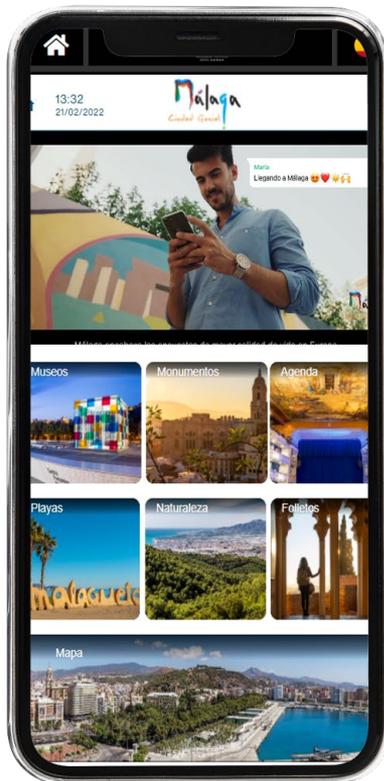
- Cultural
- Naturaleza/ Deportivo
- Ocio y compras.
- Gastronomía, artesanía, experiencias locales
- Familiar
- Milenial



POR TIEMPO

- Ruta para ½ día, 2, 3 días
- Ruta por el centro histórico
- **Ruta lugares desconocidos**
- Ruta ocio local
- Visitas guiadas

DURANTE- SATISFACER AL HUÉSPED



GUÍA DE LA CIUDAD PARA
DESCUBRIR EVENTOS Y RUTAS

2- IMPACTARLE CON CONTENIDOS

La vista influye un **58%** en la decisión de compra. Instituto Max Planck



CARAVACA DE LA CRUZ



ISLANTILLA

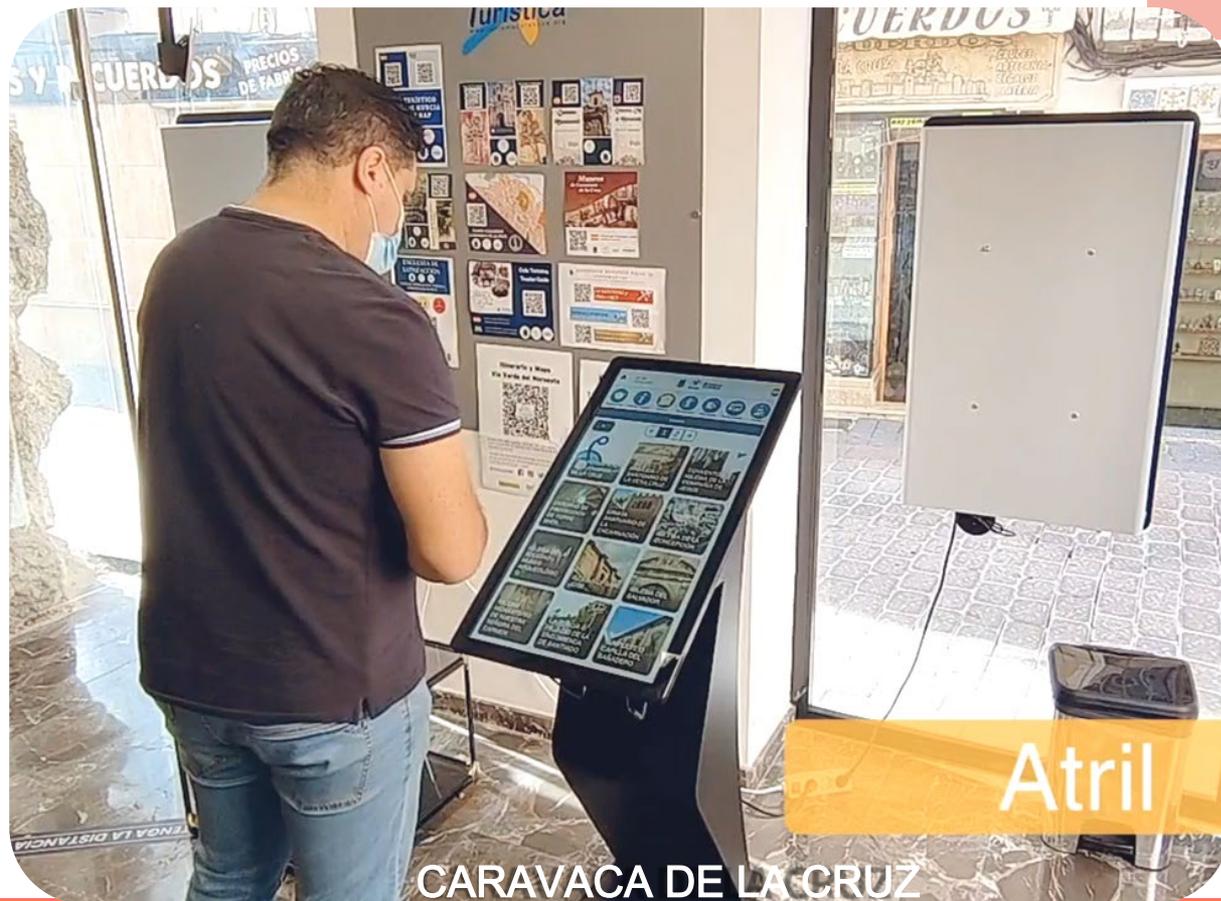
VIDEOWALL LCD- LED

iUrban.es

3- EVITAR QUE ESPEREN



MÁLAGA



Atril

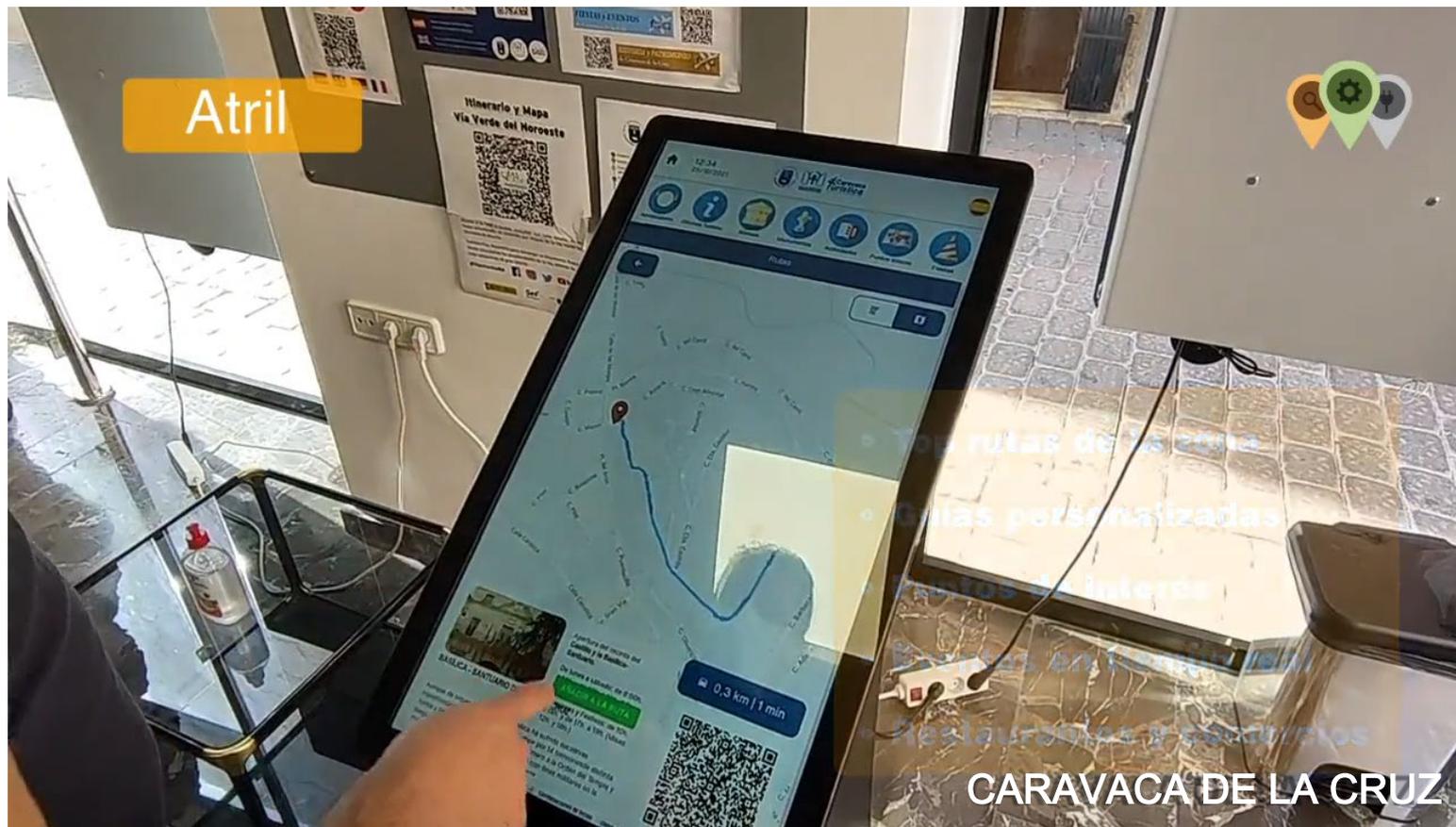
CARAVACA DE LA CRUZ

TOTEM 55" – ATRIL 32"

3- EVITAR QUE ESPEREN



4- DARLE LA INFO PARA SU MÓVIL





¿Y SI LA
OFICINA
ESTÁ
CERRADA?

5- INTERACTUAR DESDE EL EXTERIOR



QRS FACHADA



SOPORTES FACHADA



TOTEMS Y MUPIS

SOPORTES SOSTENIBLES

EN FACHADA



EN EL ESCAPARATE



¡IMPORTANTE!

Un tótem no es una web

1. El tiempo medio es de 2-3 min de impacto
2. Focalizar en lo más importante (TOPs)
3. Menos texto y de mayor tamaño (+ Fotos/Videos)
4. ¿Qué pongo cuando nadie toca? (Campañas)



DESPUÉS- ANALIZAR PARA FIDELIZAR

1



REGISTRO TURISTA

Antes, durante o después
descarga contenido, guías,
webapps, selfies...

2



MONITORIZARLO

Lo que no se mide no se
puede mejorar



3



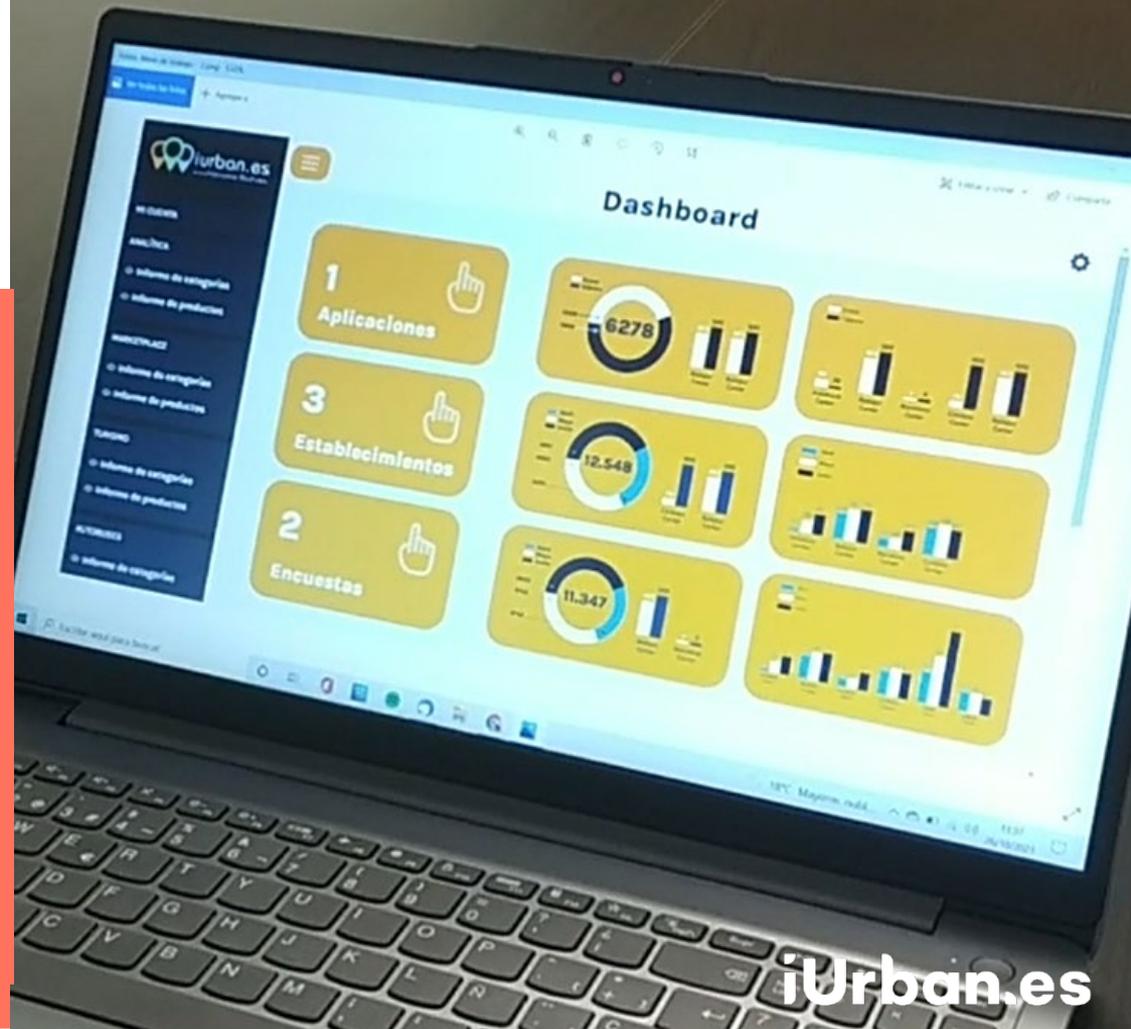
SEGUIR EN CONTACTO

Envío agenda, boletines,
recordar su visita ese año



KPIS

- **Contenidos más visitados** tanto totales como por idioma
- **Nº de usuarios totales y únicos**
- **Nº de descargas: guías, mapas.**
- **Satisfacción encuestas, v.**
- **Recursos turísticos consultados**, podemos monitorizar si han utilizado los diferentes QRs los puntos de interés visitados.



“La clave para tener éxito en los negocios es saber en qué dirección va el mundo y procurar llegar ahí antes que nadie.

—BILL GATES

¿POR DÓNDE EMPIEZO?

- 1. NOSOTROS VOLCAMOS TODO Y OS FORMAMOS EN 15 MIN PARA QUE SEAIS AUTÓNOMOS CON EL GESTOR.**
 1. Redireccionamos vuestras webs para que se actualicen solas
- 2. SEGÚN LOS SERVICIOS CONTRATADOS**
 1. Plataforma Interactivuar antes, durante y después
 2. Software solo para los soportes

**LLAVE EN MANO
CONTACTO**

j.debejar@iurban.es
+34 671 222 864

iUrban.es

