

El turismo cultural en Internet Marketing, posicionamiento y desarrollo tecnológico

*Marketing en Internet
como herramienta para
Marketing de los lugares*

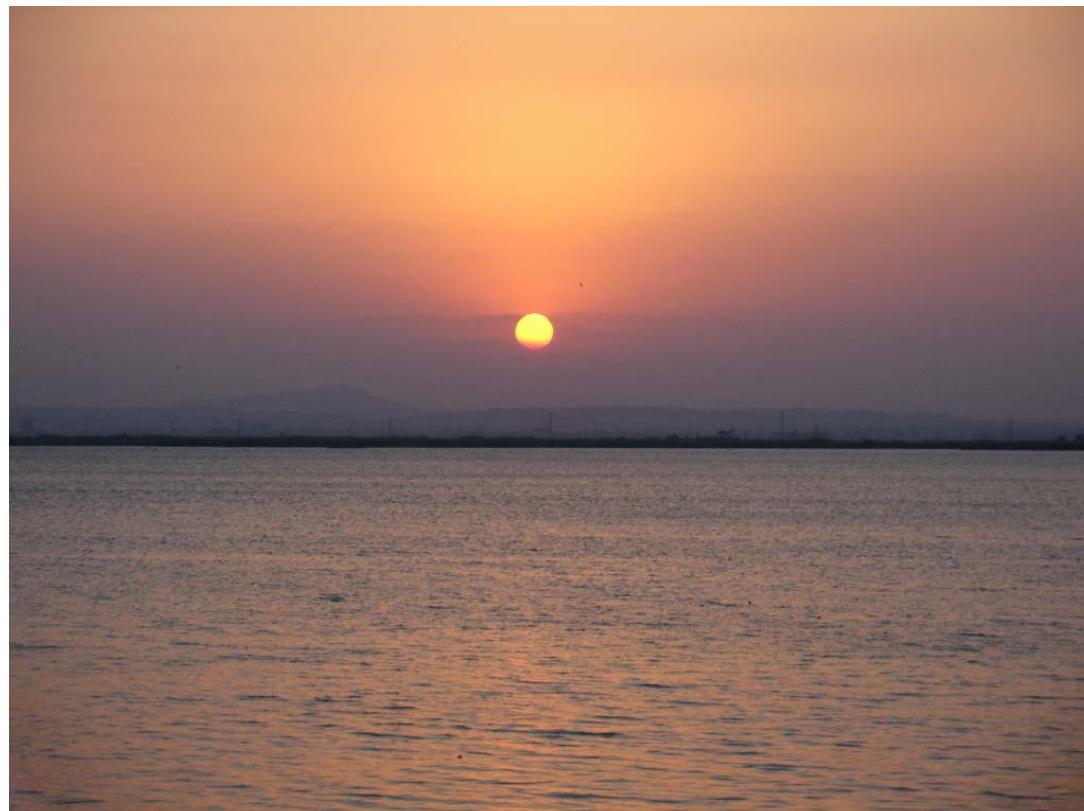
Mar Monsoriu

Latencia SL

<http://www.latencia.com>

Alicante, 28 de diciembre de 2007,

<http://www.viaje-cultura.com/curso1.jsp>





- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos

Marketing de los lugares: es la disciplina que tiene como objetivo promocionar un pueblo, ciudad, o país para lograr atraer hacia el mismo a residentes, visitantes o inversores.

Internet: ha supuesto una revolución en la forma de trabajar en el marketing de los lugares.



- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos

El posicionamiento es la imagen mental que tiene el público objetivo de un lugar. Con independencia del segmento al que pertenezca: turistas, congresistas, inversores, o residentes.

•En Internet: posicionamiento sería el nivel de protagonismo que un lugar tiene en la Red respecto a sus competidores.



- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos

Los atractivos culturales de un lugar colaboran eficazmente en aumentar el nivel de posicionamiento de un lugar para todos sus públicos objetivos. De ahí la gran importancia de las infraestructuras culturales a la hora de llevar una campaña de marketing de los lugares frente a cualquier segmento.

•En Internet: esos recursos culturales pueden ser determinantes a la hora de seleccionar un lugar como destino.



- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos

Los recursos culturales suponen uno de los principales elementos diferenciadores.

- Sol y playa + Cultura
- Golf + Cultura
- Congresos + Cultura
- Inversiones + Cultura
- Residentes + Cultura



- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos
 - La cultura se puede localizar ahora por Internet, lo que puede suponer una ventaja competitiva de unos destinos frente a otros.
 - De hecho, la cultura por si misma, puede ser el principal atractivo para atraer a los diferentes segmentos de público objetivo hacia un lugar.



- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos

Llegados a este punto la pregunta sería:

¿Están bien promocionados los recursos culturales en Internet?



- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos

Mi respuesta es, en la mayoría de los casos: NO

¿Por qué?

En buena medida por desconocimiento del medio por parte de los responsables políticos y de los gestores culturales.



- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos

¿Qué hacen mal los responsables de los recursos culturales respecto a Internet?

NOTA: Mal en relación a su influencia en el Marketing del Lugar



- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos

Los sitios web:

- Carecen en muchos casos de una robusta arquitectura web detrás. Se han elaborado con criterios más estéticos que profesionales relacionados con la Red.
- Están mal posicionados.
- Muchos se presentan en pocos idiomas.
- Tienen pocas fotografías y en algunos casos minúsculas.
- Son lentos.
- Dificultan que los usuarios pidan más información.
- Olvidan a los prescriptores.



- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos

Los sitios web:

Invieren muy poco en publicidad en la Red frente a otros sistemas más clásicos y caros de promoción fuera de Internet (ferias, medios convencionales).

Deberían anunciarse en: otras páginas web, diversos foros web, blogs, listas, boletines electrónicos, mensajes de irc, juegos y otros.



- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos

Los sitios web:

Deberían llevar a cabo campañas de marketing que les sirviera para generarse una base de datos de potenciales clientes a los que ir fidelizando por medio de informaciones periódicas.

NOTA: La publicidad de un sitio cultural jamás puede ser intrusiva.



- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos

Crear comunidad:

Un recurso cultural es necesario que cuente con una presencia activa como base de una comunidad creada en una red social.

Si los prescriptores en el marketing de los lugares siempre han sido importantes, lo son ahora más en el ámbito de Internet.



- Ciencia y Tecnología en la imagen de los destinos turísticos

Crear sinergias:

Entre todos los actores interesados en el mismo público objetivo.

Hay que proporcionar dentro y fuera de la Red materiales de trabajo e información tanto de aquellos recursos que sean complementarios (alojamiento, transporte, otros lugares de interés). Eso va en beneficio de todos. Y aumenta el posicionamiento del conjunto.



Muchas gracias por su atención

**Estaremos encantados de responder a todas las consultas y dudas que les hayan surgido.
Esperamos que esta conferencia les haya sido a todos de utilidad.**