

Técnicas de promoción del negocio. Sector Turismo

Business promotion techniques. Tourism sector

Lic. Wilson Mamani Villasante

Resumen

Las Nuevas Tecnologías han cambiado de forma radical la concepción de la industria del turismo: Internet y los medios electrónicos han transformado el modo en que los viajeros planifican sus vacaciones y disponen las diferentes componentes del viaje —desde la elección de la ruta o medio de transporte hasta las visitas culturales, las compras y elección de restaurantes, etc. bien por una organización previa a los días de ocio o bien en el lugar de destino mediante dispositivos móviles.

Palabras claves: turismo, tecnología, promoción

Abstract

The New Technologies have radically changed the conception of the tourism industry: Internet and electronic media have transformed the way in which travelers plan their vacations and arrange the different components of the trip —from choosing the route or means of transport to cultural visits, shopping and choice of restaurants, etc. either by an organization prior to the leisure days or at the destination using mobile devices.

Keywords: tourism, techniques, promotion

Los canales de promoción y de reserva han cambiado para adaptarse a un consumidor cada vez más ávido de información sobre sus posibilidades. Los turistas han variado el modus operandi y, antes de emprender su desplazamiento, buscan información turística de su destino en Internet, así como posibles alojamientos, restaurantes, visitas, etc.

En el destino utilizan las tecnologías móviles para recabar asesoramiento sobre el terreno acerca de lugares o negocios que se encuentran en su visita. En este caso las tecnologías de posicionamiento e interacción directa con el usuario juegan un papel primordial.

Una vez de regreso de las vacaciones, buscamos la forma de compartir las vivencias y las experiencias —buenas o malas— con posibles viajeros que se beneficiarán de estas indicaciones, si bien éstos también narrarán los detalles de sus desplazamientos, de tal forma que nos ayudaremos mutuamente y nos facilitaremos la organización de nuestros días de asueto, ya que contamos con criterios personales de otros.

La capacidad de interactuar que proporciona el mundo 2.0 para el empresario turístico es enorme cuando se trata de escuchar la opinión directa del cliente y la de promoción del negocio.

El viaje comienza el día que un usuario se pone en frente del ordenador y teclea el destino unido a un hotel en un buscador o destino unido a ruta turística, etc., para indagar sobre diferentes aspectos del trayecto.



Referencias

- <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/02/25/tecnicas-de-promocion-del-negocio-sector-turismo/>