

Excelencia y calidad turística de la oferta de turismo industrial

Alicante, 25 y 26 de Noviembre de 2019



1



El diseño
de la
experiencia

¿Qué es el turismo industrial?

Organización Mundial del Turismo:

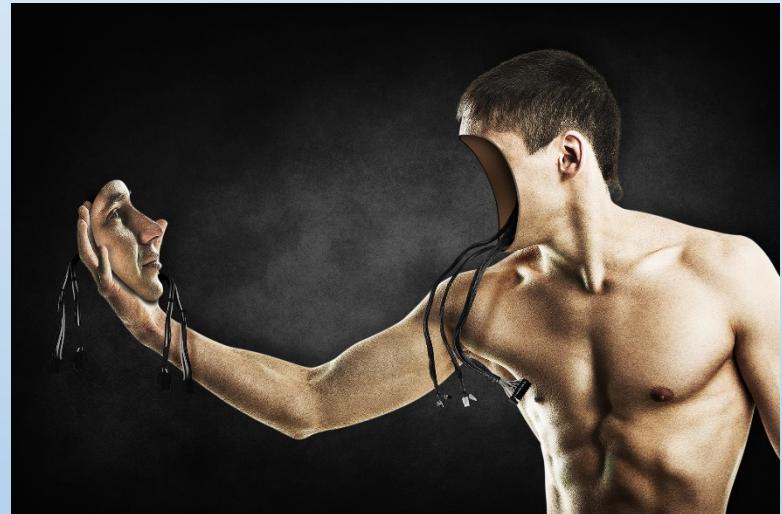
“Turismo Industrial son todos los movimientos de personas que satisfacen la necesidad humana de la diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros”

Sin Acción no hay reacción

Características de una visita experiencial

Intimidad

- La relación que la oferta de turismo industrial debe entablar con el usuario-viajero no puede basarse en una interacción vertical y unívoca.
- Cualquier elemento imaginario o experiencial implícito a la oferta del producto turístico debe tomar en cuenta la accesibilidad y el contacto



Sin Acción no hay reacción

Características de una visita experiencial

Cocreación

No es lo mismo asistir a una lección magistral de cómo se hace algo que hacerlo. Muchas actividades relacionadas con el turismo industrial tienen una base de manufactura. Y cuando los procesos no son manuales, sino que están mecanizados, siempre resulta posible diseñar una fórmula para integrar al visitante en la experiencia.



Sin Acción no hay reacción

Características de una visita experiencial



Ludificación

La curiosidad que despiertan los procesos productivos y su storytelling hacen del Turismo Industrial un reto para los expertos en ludificación. Desde las modernas aplicaciones “quiz” hasta los entornos de realidad virtual y aumentada, las dinámicas de juego activan una dimensión motivadora y relacional: redes, interacción, pertenencia, incentivos, etc.

Sin Acción no hay reacción

Características de una visita experiencial

Autenticidad

La autenticidad es un activo importante, especialmente para la gente que se ha criado en el nuevo contexto de comunicación digital. Ninguna marca puede construir su marketing sin tomar en cuenta los “insight” (motivaciones profundas del consumidor) y sin adherirse a los valores compartidos con los destinatarios.

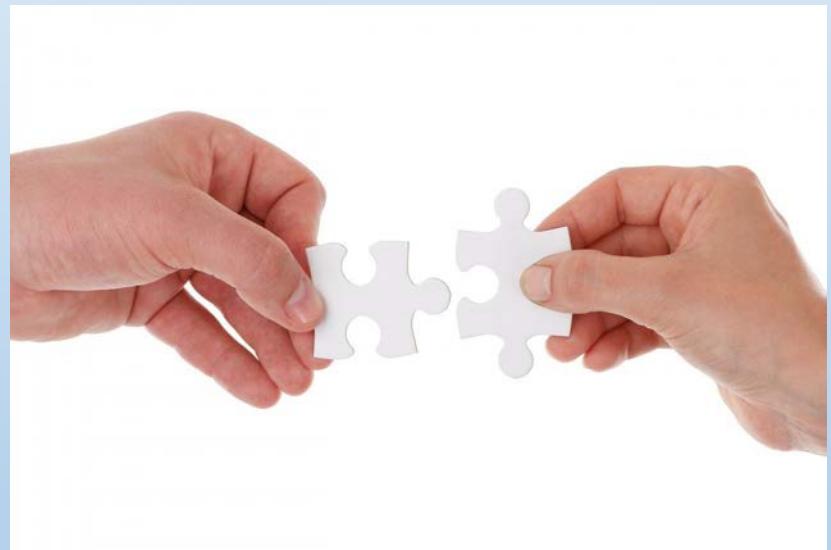


Sin Acción no hay reacción

Características de una visita experiencial

Conectividad

La conectividad no solo nace de la pertenencia a redes, sino de la necesidad humana de relacionarse a partir de los elementos constitutivos de la propia identidad. Todos los principios de la viralidad tienen que ver con la conexión íntima entre la vivencia personal y un sistema de valor compartido. Al final, en el universo del “social media”, somos lo que nos representa.



Mirando a nuestros vecinos

Cada año en Francia, al menos 1.400 empresas, museos o centros industriales atraen a 20 millones de visitantes, donde están presentes todas las áreas de la economía. Los gigantes de la industria agroalimentaria y de la artesanía son los que más visitantes atraen.



Casos de éxito: Airbus Toulouse (Toulouse)



© AIRBUS S.A.S. 2016 - photo by A. DOUMENJOU / master films

AIRBUS

Casos de éxito: Volkswagen (Wolfsburgo)



Casos de éxito: Heineken Experience (Amsterdam)



Casos de éxito: Mina de Arnao (Asturias)



Casos de éxito: Museo Chocolate (Viana do Castelo)



Casos de éxito: Escape Room cerveza Ambar



Sistemas de calidad



2

¿Qué es el SCTE?

Sistema de Calidad Turística Español:

El SCTE está desarrollado por y para el sector turístico español, fijando como objetivos la mejora de la calidad en la prestación del servicio que recibe el turista y la mejora de la calidad de las entidades que participan en él. Se concibe como una opción empresarial totalmente voluntaria, en la que el establecimiento decide aplicar un sistema de gestión y mejora continua para conseguir la satisfacción de las expectativas de sus clientes.

Metodologías de calidad SCTE



SCTE
Sectores
Calidad
Certificada

SCTE
Destinos
SICTED

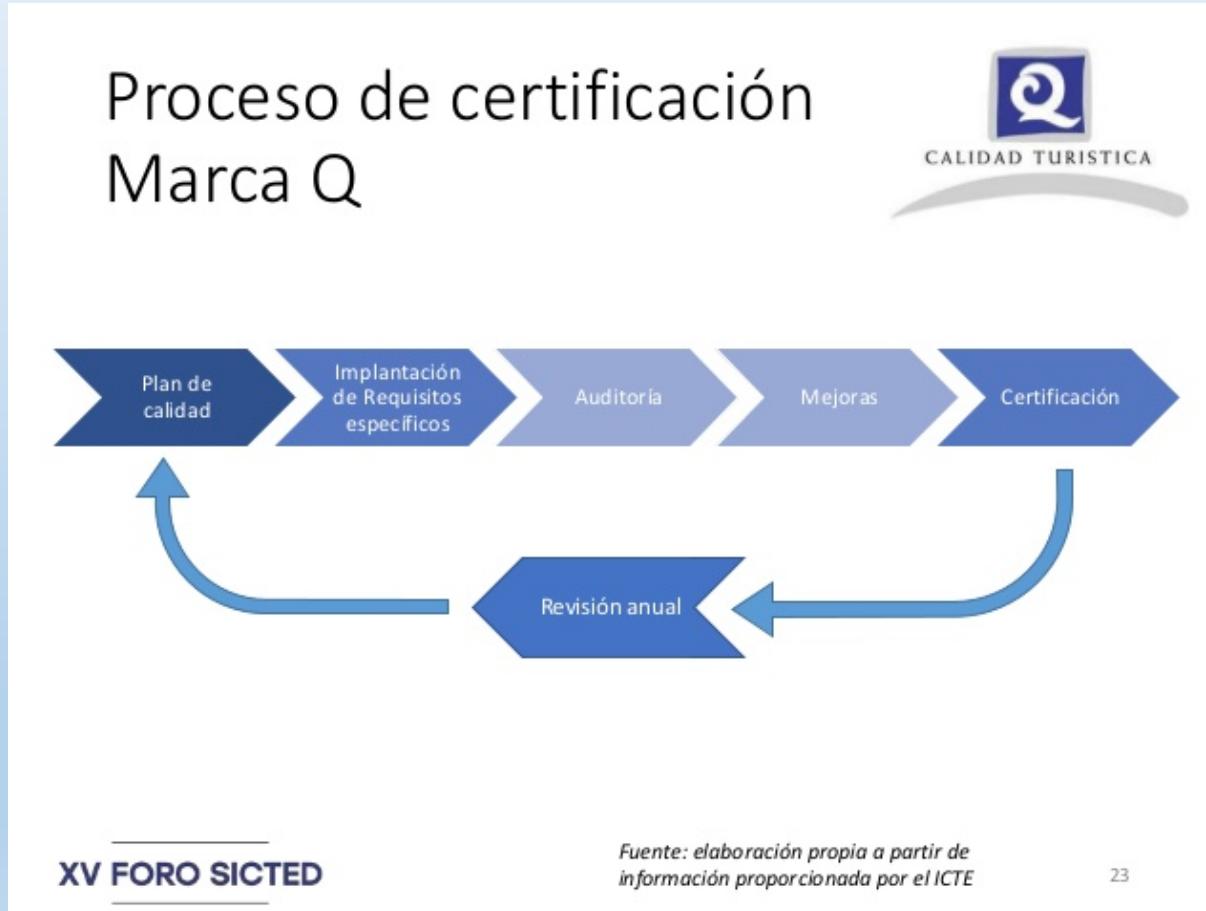
SCTE
Anfitriones
Formación
Turística

La Q de Calidad Turística

Las normas detrás de la Q de Calidad Turística



El proceso de certificación en calidad



El SICTED

La Generalitat Valenciana se sumó al proyecto SICTED a mediados de 2011 a través del acuerdo marco suscrito entre la Agència Valenciana del Turisme y la Secretaría de Estado de Turismo en materia de calidad. La implantación de este sistema de calidad en destinos turísticos, permite participar a agentes públicos y privados de hasta **35 oficios diferentes**, siempre y cuando éstos interactúen con el turista. El cumplimiento de una serie de buenas prácticas, entre otros requisitos como asistencia a cursos, permite a los participantes obtener el distintivo Compromiso Calidad Turística tras superar con éxito una evaluación.

En la provincia de Alicante, la Cámara de Comercio ofrece el soporte técnico al SICTED.



Comunidad Valenciana lidera el ranking nacional en número de distinciones «Compromiso calidad turística» con un total de 844 Empresas y Servicios Turísticos distinguidos

Vídeo SICTED CV:



- El surgimiento de un nuevo nivel de acreditación como Destino Turístico Inteligente abre la puerta a nuevas estrategias y sinergias en el contexto de la revolución digital y del desembarco de tecnologías disruptivas que ofrecen la oportunidad de llegar al cliente de forma personalizada.

Benidorm fue la primera ciudad en conseguir la certificación de Destino Turístico Inteligente

An aerial photograph of Benidorm at night, showing a dense cluster of high-rise apartment buildings and a complex network of illuminated roads and roundabouts. The city lights create a vibrant, glowing pattern against the dark sky.

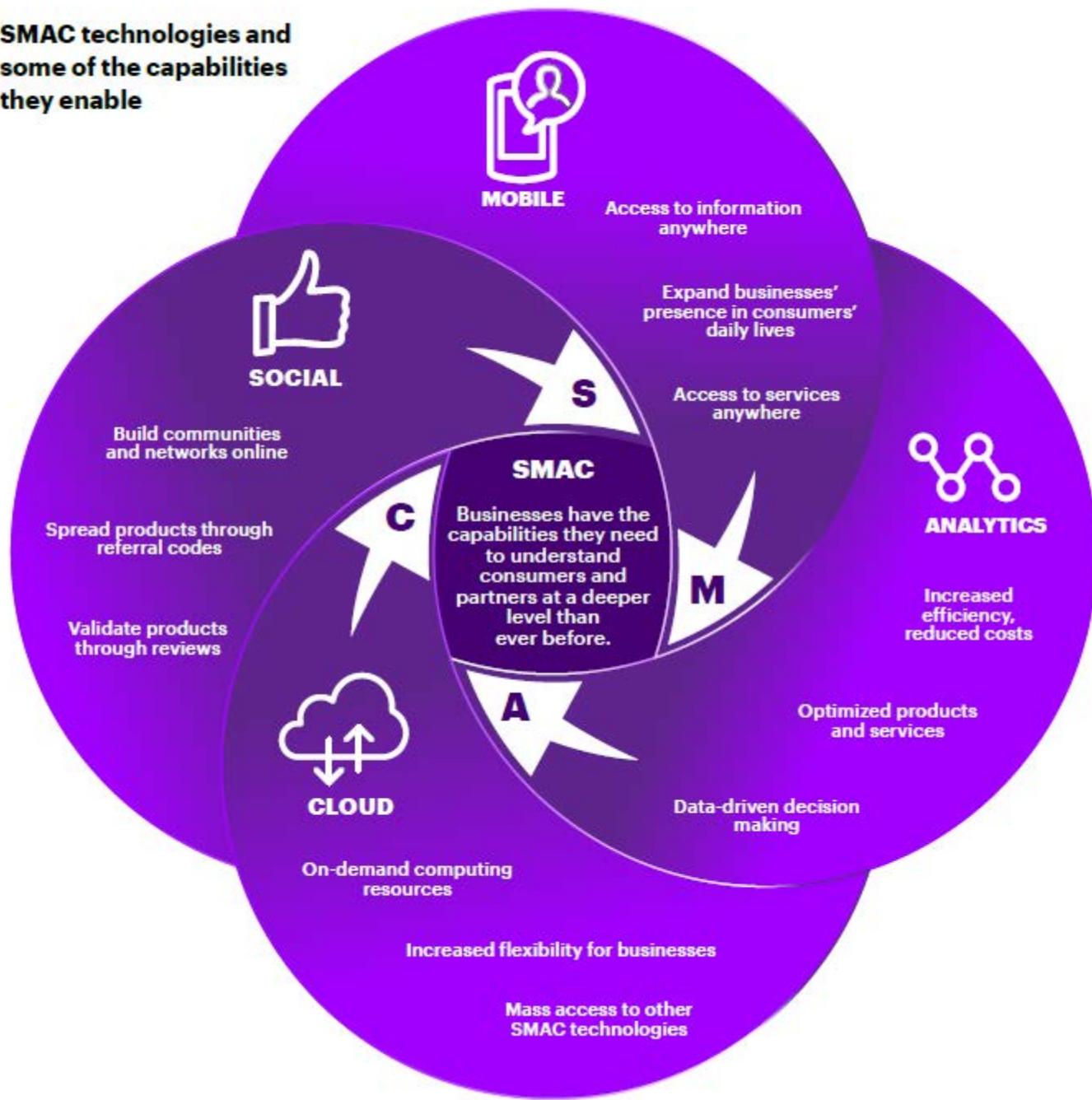
Destino turístico
Inteligente (DTI)

Traspasar el escaparate

3

Storytelling
Marketing
Promoción

SMAC technologies and some of the capabilities they enable



La llave del Storytelling

Definición de Storytelling:

“Una manera de gestionar los relatos para utilizar la narración como estrategia de convencimiento con el fin de movilizar la opinión”

La llave del Storytelling

Maya Angelou

“La gente olvidará lo que dijiste, la gente olvidará lo que hiciste, pero la gente nunca olvidará cómo la hiciste sentir”



Marketing digital, inbound marketing, posicionamiento, creación de Leads y conversiones

1. Introducción al marketing digital

- Introducción al módulo
- Diferencias entre marketing digital y tradicional
- Estrategias en marketing digital



Marketing digital, inbound marketing, posicionamiento, creación de Leads y conversiones



2. SEM Básico

- ¿Qué es SEM?
- ¿Cómo funciona el SEM?
- Partes de una campaña en Google Ads
- Nuevos conceptos que debes conocer
- Extensiones de anuncios
- ¿Cómo medir las conversiones?

Marketing digital, inbound marketing, posicionamiento, creación de Leads y conversiones



3. SEO: optimización en motores de búsqueda• Qué es SEO?
 - ¿Cómo funcionan los motores de búsqueda?
 - Objetivos de tus estrategias de SEO
 - Uso de las palabras claves
 - Elementos para optimizar en tu SEO

Marketing digital, inbound marketing, posicionamiento, creación de Leads y conversiones

4. Marketing a través de redes sociales

- ¿Qué es una comunidad online y cómo construirla?
- Construye tu comunidad
- Herramientas para construir tu comunidad
- Algunos consejos
- Plataformas para tu comunidad
- Las redes sociales



Marketing digital, inbound marketing, posicionamiento, creación de Leads y conversiones

5. Promociones patrocinadas en redes sociales

- Introducción a las herramientas de pago en redes sociales
- ¿Dónde promocionar tu marca?
- Facebook / Instagram Ads: publicidad Plataformas para tu comunidad
- Estructura de las campañas en FB/IG
- Recomendaciones: diseño de anuncios de FB/IG

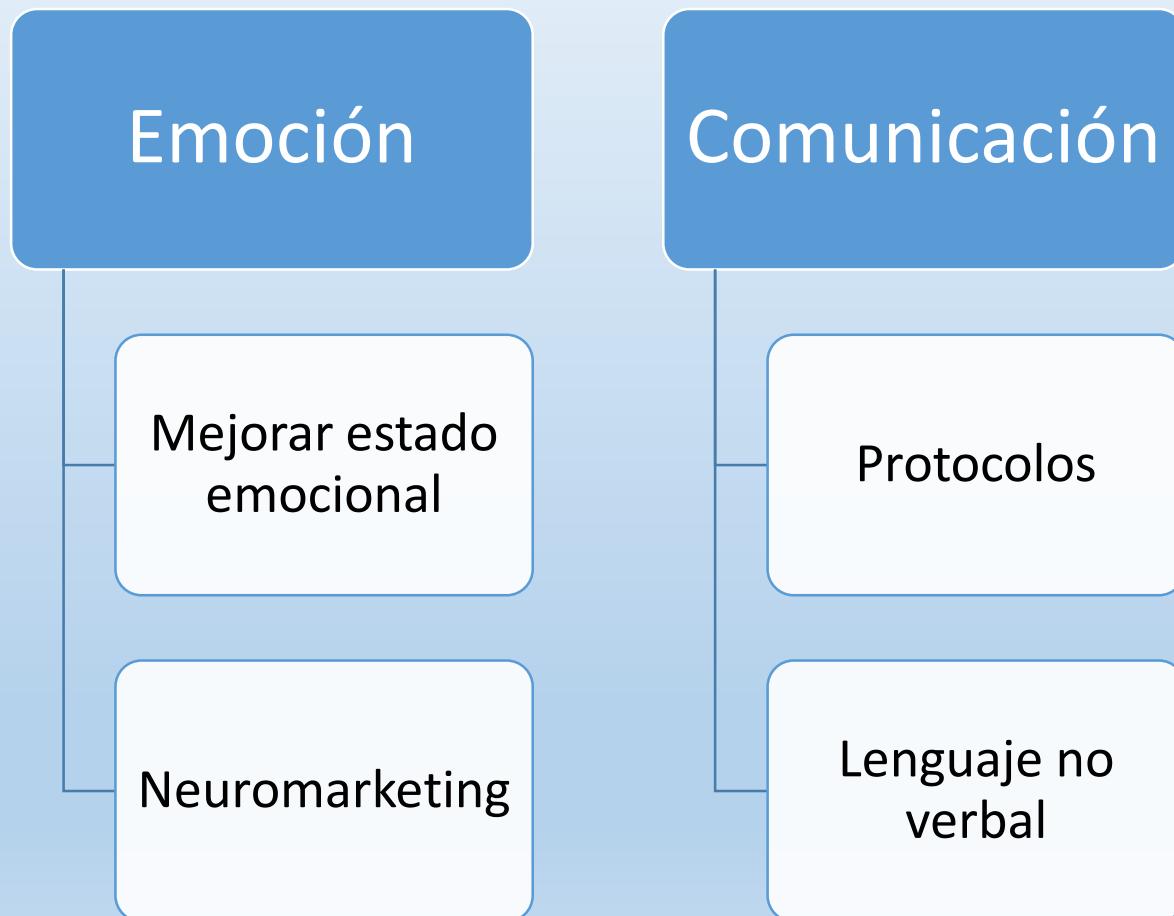


Marketing digital, inbound marketing, posicionamiento, creación de Leads y conversiones

6. Marketing por Email o SMS

- Introducción al marketing por email o SMS
- ¿Cuál debe ser tu estrategia de marketing por email / SMS?
- Algunos ejemplos de buenos emails
- ¿Cómo empezar una lista de suscriptores?
- Determina y conoce el valor de tu lista
- ¿Qué debo incluir en los emails que envío?

Atención al cliente



4
Contribuyendo
al bien común.
Impacto social
y territorial



Emprendimiento social

Una vía hacia el bien común

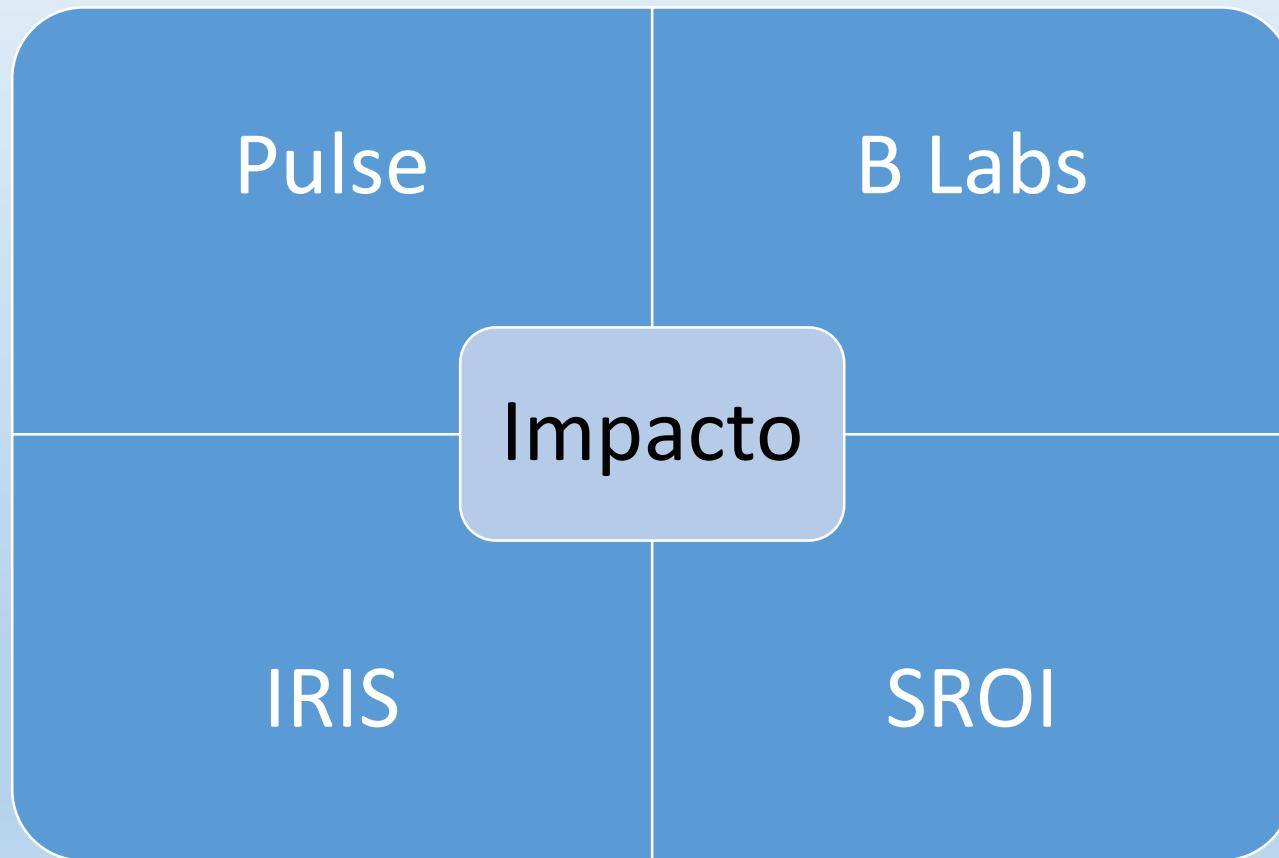
El emprendimiento social constituye una de las principales vías para canalizar la transferencia de resultados de la investigación hacia un beneficio que integre las oportunidades del individuo con la construcción de una sociedad más justa y avanzada

Emprendimiento social

Fases



Emprendimiento social



Estrategias para atraer inversión

Business

Aceleradoras

Incubadoras

RSC

Corporaciones

Universidades

Micro-
mecenazgo

Uacrowd.ua.es

Lanzanos.com

Estrategias para atraer inversión

Desarrollo rural

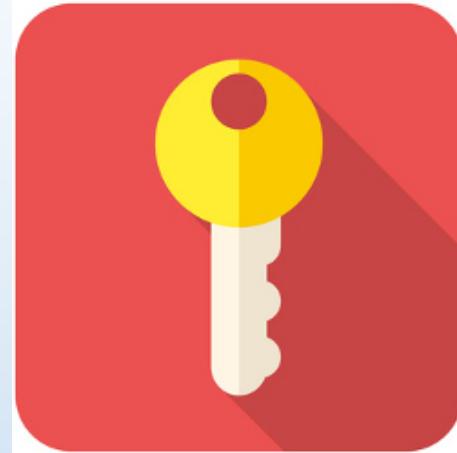
Ayudas
Leader

GAL

Pesca

FEMP

GALP



¿Quieres formar parte de este proyecto?
¡Excelente!

madein@costablanca.org

