



Promocionar tu proyecto turístico es una herramienta para alcanzar a un público más extenso, lo cual aumenta tus posibilidades de venta. Existen dos tipos de difusión:

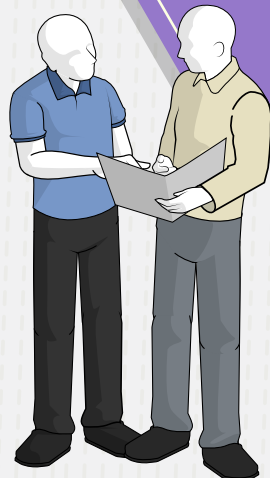
Física

A través de folletos, trípticos, lonas impresas y espectaculares

Al usar estos medios:

Ideal como:

Recurso de apoyo, puedes emplear estos elementos para atraer clientes a tu negocio y complementar con personal en el sitio que brinde información adicional y resuelva dudas sobre lo que se anuncia.



- Verifica que el diseño sea atractivo.

- Utiliza fotos reales de los productos y lugares ofrecidos. Asegúrate de que los datos de costos y contacto estén actualizados.

- Emplea materiales de rápida degradación ya que, por lo regular, estos medios se convierten rápidamente en basura.

Ventajas:

- Comunican información básica de forma resumida: nombre del proyecto, descripción, datos de ubicación, contacto, precios y promociones.
- Pueden distribuirse en centros turísticos concurridos como agencias de viajes, conjuntos hoteleros o terminales de transporte.
- Son de bajo costo y es común encontrar agencias de publicidad que ofrecen promociones en el servicio de impresión y diseño.





Digital



Sitio web propio del negocio turístico

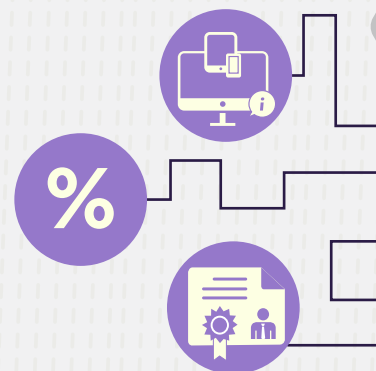
- Dar información general.
- Realizar ventas.
- Establecer un medio de contacto para aclaraciones específicas con el cliente.
- Modificar información constantemente. Para pequeñas y medianas empresas, en internet existen sitios gratuitos para crearlas a través de plantillas.



Existen sitios desarrollados específicamente para impulsar al sector turístico, los cuales son ideales para:

- Dar difusión.
- Brindar ofertas, descuentos y promociones.
- Permitir que los turistas califiquen tu negocio y escriban sus reseñas acerca de tu servicio.

Desarrollado por terceros





Medios

sociales

Redes sociales

Ideales para:

- **Acceder a un público más joven** y crear una sensación de cercanía entre la empresa y el usuario.
- Decidir qué **información compartes** y con quién.
- **Generar participación** e interacción.
- **Invertir** poco y **generar** gran alcance.
- **Dar seguimiento y evaluación** de tus productos y servicios, así como de la opinión de tus clientes.

Al usar estos medios...

- Mantén **actualizada** tu información.
- **Responde** a los usuarios.
- **Elige plataformas** que garanticen la seguridad en transacciones y manejo de la información personal de los usuarios.
- **Ofrece a los clientes** diversos sistemas de pago que sean fáciles de usar y seguros.
- **Considera un espacio** para que los clientes **expresen** opiniones y experiencias.
- **Coloca enlaces** a noticias del lugar y a otros medios o perfiles digitales de tu negocio turístico.





Medios

sociales



Cualquier medio que elijas, debe:

- **Facilitar la acción** para la que fue diseñado, por ejemplo, si el objetivo es registrar reservas debe estar diseñado para encontrar rápidamente la sección de consulta de fechas, disponibilidad de lugares y registro.
- **Contener:**
 - Breve **descripción** de la empresa o negocio.
 - **Servicios y/o productos** que ofreces con fotografías reales.
 - **Datos** de contacto.



Ideal para:

- **Hacer recomendaciones** de productos o servicios de una forma más personal.
- **Ganar clientes** publicando contenidos que resalten la experiencia de las actividades que se pueden realizar en tu lugar turístico.

Blog

La mejor forma de difundir tu empresa turística es la recomendación, ésta forma de publicidad es una consecuencia de tu servicio; si el trato y producto brindado es bueno, los turistas te pueden recomendar a sus conocidos o a través de medios sociales, lo que te crea una buena reputación sin generarte gastos extra.

