



El uso adecuado del lenguaje en la promoción turística es la **herramienta que te permite generar confianza suficiente para enganchar clientes y generar ventas**. Para ello utiliza la **argumentación y la persuasión**:



1. Conocer los actos básicos del lenguaje:

•AFIRMACIÓN:



Decir algo de lo que se está **seguro**.
Ejemplo: “El recorrido dura 2 horas”.

•DECLARACIÓN:



Exponer la idea que se tiene sobre algo.
Ejemplo: “Este hotel es muy exclusivo”.

•JUICIOS:



Agregar **valores o estereotipos** a las cosas y personas.
Ejemplo: “La comida de este lugar es muy buena”.



2. Combinar afirmaciones, juicios y declaraciones para conseguir:

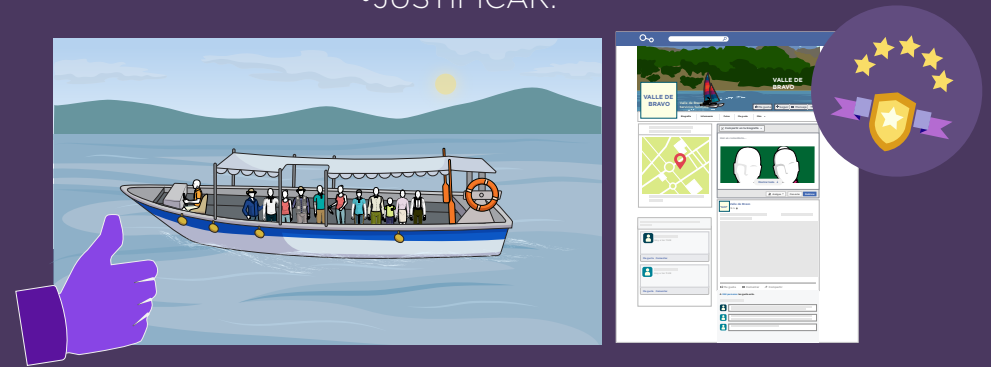
•PERSUADIR-CONVENCER:



Provocar un efecto en la persona, tratando de cambiar sus ideas o actos.

Ejemplo: “El **precio** que ellos le ofrecen es **menor** que el de nosotros, pero **nuestro recorrido incluye dos actividades más**; cuenta con guías certificados por el Consejo Profesional de Guías de Turismo, que tienen años de experiencia y, por tanto, conocen mejor la zona. Ésta es la **mejor opción** si usted quiere disfrutar y aprender realmente de los atractivos.”

•JUSTIFICAR:



Dar razones para hacer o pensar algo sin intentar convencer o persuadir.

Ejemplo: “Esta agencia tiene guías certificados, la gente ha **calificado nuestro servicio** de recorridos como **excelente en aplicaciones y redes sociales**, son paseos más cortos en comparación con otras compañías, pero se ajusta al presupuesto que ustedes tienen”.

Emplea estas dos técnicas para ayudar a tus futuros clientes a tomar decisiones.