

CETT Formació

L'optimització de la **PRESENCIA** **EN LÍNIA** de les entitats turístiques

El 12 de febrer, des del Màster en Direcció Estratègica d'Empreses Turístiques - e-Tourism: Estratègies de Màrqueting i Comercialització *on line* de l'EUHT CETT-UB, es va organitzar el Master Event "Google i les estratègies d'optimització de la presència *on line* de les organitzacions turístiques". La jornada pretenia apropar la realitat del sector als assistents (alumnat de màster, exalumnat del CETT, professionals del sector turístic...) i fer evident les bones pràctiques posades en valor per les empreses líders del sector.

Enric López, director del Màster, va conduir l'acte, al qual van assistir, com a representants del sector, Pedro Espín, Industry Manager Travel Sector Spain de Google; Carlos Esteve, director de màrqueting en línia d'Atrápalo.com; Anna Gil, directora d'eCommerce d'Hoteles Catalonia; Miquel Alabern, director de promoció de l'Agència Catalana de Turisme; i Víctor Oliver, soci responsable de turisme de RocaSalvatella.

Posteriorment, López, partint de *The 5 Stages of Travel* de Google, esquema que contempla les fases *dreaming, planning, booking, experiencing i sharing*, va destacar les noves funcions/professions que sorgeixen al seu voltant, i que precisen una formació específica, com ara l'*eMarketing Manager*, el *SEO Manager*, el *SEM Manager*, el *Social Media Strategist* o el *Web Analytic Manager*, entre d'altres.

Víctor Oliver, durant la seva presentació, va destacar la importància d'una correcta gestió de la "nova" intermediació (Google, Booking, Trivago, Tripadvisor...) per part de les organitzacions turístiques i del nou paradigma enfocat a "primero capturar el dato, luego vender".

Miquel Alabern va compartir amb l'auditori el projecte "#catalunyaexperience: del bloctrip al instagramtrip" i va



explicar aquesta acció promocional amb el col·lectiu d'*instagrammers*, que ha aconseguit un gran èxit: 447 fotos pujades, 471.153 "m'agrada", 17.855 comentaris i 31 "populars", i una gran repercussió als mitjans de comunicació, aconseguint fins i tot una portada de diari.

Anna Gil va presentar les accions que es desenvolupen des de la cadena hotelera Catalonia, fent èmfasi en la seva adaptació en funció de la clientela, el mercat i el producte. Finalment, Carlos Esteve i Pedro Espín van fer una magnífica exposició dels projectes que estan realitzant sobre l'àmbit del *big data* i del *SoLoMo* (la unió efectiva de les estratègies i accions en l'àmbit dels *social media*, del *location* i del *mobile*).

Durant el debat es van tractar temes com ara la importància de tenir una bona base de dades i com fer-ne ús amb la informació que ens proporciona Internet, com gestionar la inversió en la presència en línia de les organitzacions per aconseguir el màxim retorn (ROI), l'obligada entesa entre les centrals de reserves i els propis hotels, les tendències de futur amb les aplicacions mòbils, o l'ecosistema integral que Google posa a disposició del sector turístic envers la seva presència en línia, incloent-hi nous projectes com ara Google Hotel Finder i Google Flight Search. ■

CETT

Turisme i Hoteleria
Formació / Recerca

segueix-nos

