

EMPRENDER E INNOVAR: CLAVES EN EL SECTOR TURÍSTICO POST COVID



SANDRA ROMERO

Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y Orientadora Laboral para Empleo y Autoempleo por la Universidad Antonio de Nebrija. Especializada en Comunicación Digital y Redes Sociales. Lidera un proyecto de emprendimiento social y venta a través de Internet en cinco países. Es CyberCooperante del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital para el buen uso de Internet y las Redes Sociales. Docente desde el año 2019 en programas de empleabilidad y emprendimiento con entidades públicas y privadas y la red de Cámaras de España.

EMPRENDER Y CONSOLIDAR NEGOCIOS EN TIEMPOS DE COVID EN EL SECTOR TURÍSTICO

MIÉRCOLES. 15 SEPTIEMBRE

9.00-11.00 H.

“Autoconocimiento digital: cómo crear y/o consolidar mi empresa turística”.

MIÉRCOLES. 22 SEPTIEMBRE

9.00-11.00 H.

“LinkedIn: buscador de clientes y oportunidades para el turismo”.





#REINVENTARSE

¿Has trabajado la empatía con tu cliente?

Algunos de vuestros ejemplos

En la piel de tu buyer persona...



Anglicismo para definir **calidades cualitativas** de nuestro cliente

Objetivo: definir las para hacer una **comunicación más cercana y más eficaz**

Ir siempre de lo **general a lo específico**



*“Acérquense más a sus
clientes. Tan cerca que
puedas decirles lo que
necesitan antes de que se den
cuenta por ellos mismos.”*

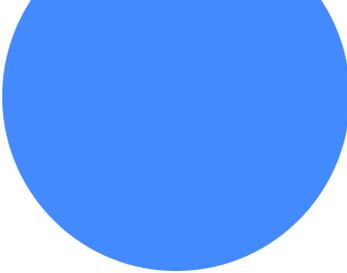
Steve Jobs



El cambio y la adaptación

¿Dónde debemos poner el énfasis para digitalizar la relación con el cliente?





Seis claves del cambio



Comprensión

La comprensión sólo se logra escuchando



El mercado

Lleva esa comprensión al mercado en tus RRSS



Rediseña

Empieza siempre por empatizar y no vendas



VOC

La voz del cliente es un proceso de investigación



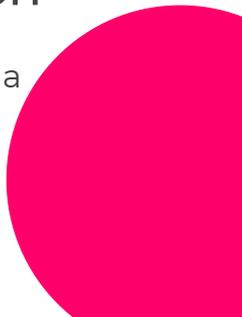
Investiga

Opiniones, comentarios, necesidades, preferencias y percepciones



Comunicación

Esa investigación será la base de tu comunicación digital



Los datos del cliente digital 2021

1. *El 85% de usuarios de Internet usan RRSS, casi todas desde el móvil*
2. *Las RRSS más conocidas son Facebook y WhatsApp seguidas de Instagram y YouTube. TikTok es la que más crece.*
3. *Las cuentas que sigue tu cliente son principalmente de su entorno. Después están los influencers y las marcas.*
4. *En 2018 las marcas eran seguidas por un 80%. En 2020 esa cifra cayó al 52%*

Los datos del cliente digital 2021

1. *Un 50% de los clientes consulta e investiga en RRSS antes de comprar.*
2. *Las RRSS más consultadas antes de comprar son Instagram, que desbanca a Facebook. Youtube baja respecto a 2020 y TikTok, sube.*
3. *La influencia de las RRSS en el proceso de compra cae un 11% respecto a 2020*
4. *Un 31% de los clientes es partidario de la relación publicidad-RRSS*



Y atención...

Un cliente **millennial** prioriza las RRSS a un sitio web a la hora de conectar con una marca



Cliente en el centro

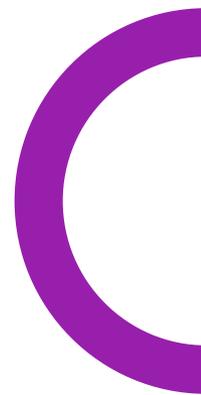
Frase muy repetida pero nunca fue tan necesaria

Foros y grupos

Entra en grupos y busca opiniones y comentarios

Diferencia

Tu mensaje: resuelve la brecha entre lo que compran y lo que esperaban



La voz del cliente



Ocho herramientas que yo
utilizo para investigar las
necesidades de mi cliente

-  **Entrevistas**
Pregunta si tu servicio ayuda y aporta
-  **Encuestas y cuestionarios**
Muy cortas y personalizadas
-  **Herramientas de encuestas**
[QuestionPro](#) y [SurveyMonkey](#)
-  **Chats en vivo**
Permite que tengan tu teléfono

La voz del cliente



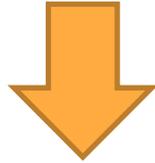
Ocho herramientas que yo
utilizo para investigar las
necesidades de mi cliente

- Respetar la LOPD
Mi [formulario](#) de Google
- Sus grupos en RRSS
Me dan información de necesidades
- Otros servicios que consumen
Para conocer a mi competencia
- Seguimiento
Intenta que se queden contigo



#REINVENTARSE

Plan de objetivos



Ser un referente turístico

¿Sabes qué es LinkedIn?



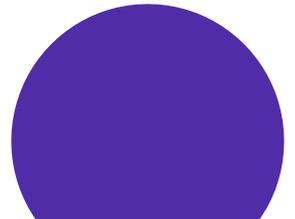


- 1.- Es una red social para poner en contacto a **profesionales y empresas**.
- 2.- La **más usada en el mundo** para conectar con otros profesionales.
- 3.- LinkedIn es un **buscador** de clientes y de nuevas oportunidades.
- 4.- Nueva forma de vender para micropymes.
- 5.- ¿Sabes lo que es la **venta B2B**?
- 6.- Tres pilares: **perfil, estrategia y contactos**.

VAMOS A APRENDER A USARLA



No es sólo una red social.
Es el buscador creativo de contactos



TU PERFIL

- 1.- No es tu Currículum. Es una **herramienta de comunicación**
- 2.- Es el nuevo **catálogo de ventas** de tu empresa.
- 3.- Venta en LinkedIn: **responde al Mapa de la Empatía.**
- 4.- Impacta con tu **extracto**: las tres primeras líneas, clave.
- 5.- Que sepan a **quién ayudas, cómo y qué ofreces**
- 6.- No vendes: eres un **especialista de tu sector.**

TU PERFIL



Sandra Romero Cañadas

Periodista y orientadora laboral especializada en Comunicación Digital. Aprendí a vender a través de las Redes Sociales y ahora ayudo a otros a hacerlo. #TransformaciónDigital sin barreras.

www.reinventharsealoscuaenta.com · Universidad Complutense de Madrid

Valencia y alrededores · [Más de 500 contactos](#)

Acerca de

Soy Sandra. Apasionada por las personas, las conexiones y el marketing....

[... ver más](#)



Sandra Romero Cañadas

Periodista y orientadora laboral especializada en Comunicación Digital. Aprendí a vender a través de las Redes Sociales y ahora ayudo a otros a hacerlo. #TransformaciónDigital sin barreras.

www.reinventharsealoscuaenta.com · Universidad Complutense de Madrid

Valencia y alrededores · [Más de 500 contactos](#)

Acerca de

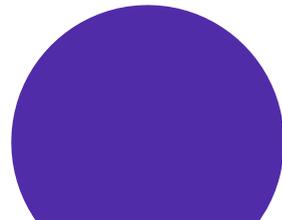
Soy Sandra. Apasionada por las personas, las conexiones y el marketing.

Soy periodista y lo seré siempre. Aunque en 2015 dejé mi empleo como redactora en El Mundo para emprender mi proyecto de Social Selling y ventas online. Aprendí a vender en la red y ahora enseño a otras empresas a hacerlo.

Las redes sociales me permitieron 'reinventarme' con más de cuarenta años y tener un negocio de ventas operativo ya en cinco países. Por eso me gustan tanto.

Soy CiberCooperante del Ministerio de Economía y Empresa y trabajo con instituciones públicas y privadas de toda España para llevar la Transformación Digital sencilla y sin barreras al ámbito educativo y de la pequeña empresa.

El gusanillo de escribir lo mantengo vivo. Puedes leerme en mi blog www.reinventharsealoscuaenta.com.





Vamos a tu perfil

TU ESTRATEGIA

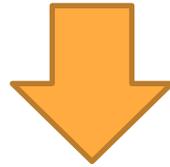


1.- Define una estrategia sobre lo que **tú quieres comunicar**.

2.- Define la estrategia para tu empresa: **objetivo, contactos, grupos de interés**.

3.- Deben ir de la mano: crea un **sistema de trabajo**.

Comunicación en tiempos de Covid



Hacer que te elijan

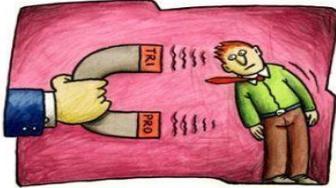


Dos estrategias...

Prospección y atracción

... tres pasos...

Invitar, presentar y seguimiento

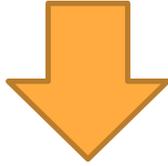


... y cuatro canales



Utiliza los canales para dar respuesta a tu Ventana de Johari

Hay dos tipos de marketing creativo



Marketing a lo
loco



Marketing con
locura

Marketing con locura



Sandra Romero Cañadas ...

Periodista y orientadora laboral especializada en Comunicación Digital. Aprendí a vender a través d...
1 semana · Editado · 🌐

La locura hay que merecerla. Julio Cortázar dixit.

Y más en estos tiempos.

La locura es la que te lleva a hacer cosas diferentes para tener resultados diferentes.

[#reinventarse](#) [#reinventarsealoscuenta](#)
[#lasredessontucurriculum](#) [#transformacióndigital](#)
[#huelladigital](#)

No cualquiera se vuelve loco, esas cosas hay que merecerlas.



Agrupar a los clientes



Habla de/con ellos



Genera testimonios



Acción constante online

TU ESTRATEGIA

- 1.- Recuerda: LinkedIn es un buscador. **Busca a quién te interesa y promueve que te encuentren.**
- 2.- Es la red por excelencia para **B2B**: nuevas formas de venta.
- 3.- Utiliza la **mensajería privada** para ser diferente.
- 4.- LinkedIn es un proceso basado en la venta por conversación.

ALGUNOS COMO TÚ



Alvaro Esteban Contreras · 1er

Responsable de producción, calidad y ventas online en Queso Artesano EL MANOJAR. Maestro quesero en constante proceso de aprendizaje.

Queso Artesano EL MANOJAR · Universidad de Castilla-La Mancha
Cortijos de Arriba, Castilla-La Mancha, España

67 contactos

8 contactos en común: Sergio López Navarro
Concha Serna y 6 personas más

Enviar mensaje

Acerca de

Durante casi diez años he deambulado en todas las direcciones posibles buscando mi camino. He conocido gente, lugares y experiencias que me han hecho ganar confianza, desarrollarme a nivel profesional y crecer como persona.

Pero el año 2020 me hizo retroceder dos pasos, reflexionar y, finalmente, volver a mi casa en Los Cortijos, un pequeño pueblo al norte de la provincia de Ciudad Real.

Aquí he descubierto el placer de una vida tranquila, las posibilidades que ofrece el mundo rural en el que crecí, y un lugar en el que poder volcar toda la creatividad y experiencia que he estado acumulando con el paso del tiempo.



Sara González Gómez · 1er

Coordinadora de Marketing en / Marketing
Coordinator at Bodegas Fernando Castro

Bodegas Fernando Castro · Universidad Carlos III de Madrid
España

235 contactos

1 contacto en común: Rafael Madridejos

Enviar mensaje

Acerca de

Especialista en marketing e imagen corporativa, con más de cinco años de experiencia en el mundo del vino manchego, en el sector cooperativo y en la empresa familiar. Vocación por la organización y gestión empresarial, dinámica por naturaleza, siempre preparada para nuevos retos. Además de orgullosa de mi tierra y apostando siempre por el carácter rural, que es tan bonito y representa tanto para nuestra región.



Silvia Pages Siegel · 1er

Profesional del Turismo | Administración y gestión de proyectos | Puesta en valor del medio rural | Formación Ambiental y Economía Circular | Ecoturismo

Proyecto de Ecoturismo
Soria, Castilla y León, España

131 contactos

2 contactos en común: Teresa Glaría Gimeno
Thomas Stehr

Enviar mensaje

ALGUNOS COMO TÚ



Sharon Page · 1er

Dedicated to the world of Extra Virgin Olive Oil. Export Manager at La Cultivada. Expert Olive Oil Taster. Experienced guide for Tapas Tours, visits to Oil Mills, and for EVOO Tastings.

La Cultivada Organic · Escuela de Organización Industrial - EOI
Sevilla, Andalucía, España

155 contactos



6 contactos en común: Francisco Leal Ibañez
Rafael Domínguez y 4 personas más

Enviar mensaje



Acerca de

I'm a huge fan of all things culinary and gastronomic, specialising in "Liquid Gold" - Extra Virgin Olive Oil (EVOO...
... ver más



Antonio Pérez Sanz · 2º

Encargado general

Universidad de Valladolid
San Leonardo de Yagüe, Castilla y León, España

17 contactos



1 contacto en común: Alvaro Esteban Contreras

Conectar

Enviar mensaje



Acerca de

Mi nombre es Antonio, después de dar muchas vueltas por el mundo decidí volverme al pueblo.

Tengo un negocio familiar con mi hermano David y nos dedicamos a la elaboración, distribución y venta de aceitunas y encurtidos donde realizamos el proceso completo caracterizándose por una extensa gama de productos y ofreciendo desde económicos hasta los más selectos siempre de calidad con un sello 100x100 soriano.

Actualmente, somos la 3ª generación después de pasar el relevo de padres a hijos y descendiendo de la localidad con una cultura emprendedora de Serranillos que se encuentra en la provincia castilla leonesa de Avila.

Consulta en aceitunasperez.com o a través de nuestras redes sociales (FB e IG) y conócenos mejor.



Mario Tejedor Hernández · 1er

Más de 10 años de fotoperiodismo local y pasión por la observación de mi provincia. Actualmente trabajo en El Mundo tras 7 años en el grupo de comunicación Henneo. Especialista en fotografía de visitas virtuales.

El Mundo · Escuela de artes de Soria
Soria, Castilla y León, España

184 contactos



2 contactos en común: Ana María Ruiz Pereda y Pablo García Pérez

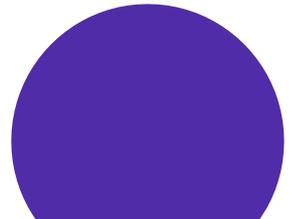
Enviar mensaje



I+D

(Imaginación y Determinación)

Apunta 5 empresas con las que quieres trabajar



RED DE CONTACTOS



La clave está en la red y la recomendación

RED DE CONTACTOS



¿Quién te interesa? ¿Con quién quieres conectar?

Utiliza los datos de tu mapa de empatía.

Habla con ellos: busca los grupos en base a tu mercado e interactúa.

Ejercicio 4: ¿Cómo crear la red de contactos?



- 1.- **INVITAR:** ¿A quién quieres conocer?
- 2.- **PRESENTAR:** Acércate con la mensajería privada.
- 3.- **SEGUIMIENTO:** Nunca un seguimiento.

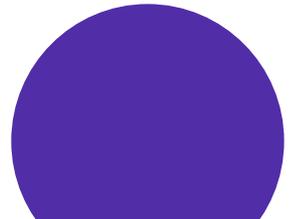
TU CONTENIDO

Especialízate en un área específica



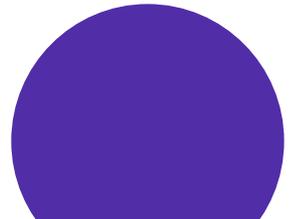
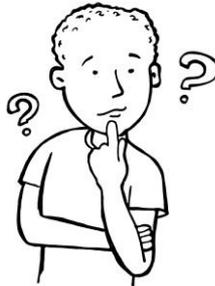
¿Cuándo te duele una muela vas al médico de cabecera?

Ahora lleva este ejemplo a tu empresa



Busca a tus contactos en ese área

*¿Qué edades tienen? ¿Qué redes usan?
¿Qué necesitan? ¿Cómo buscan?*



Es tu turno...

Hazme preguntas sobre el uso de
LinkedIn para emprender
y/o consolidar tu empresa turística

**No soltéis
el hilo** 🧶

[Sandra Romero Cañadas](#)