



## El futuro de e-tourism

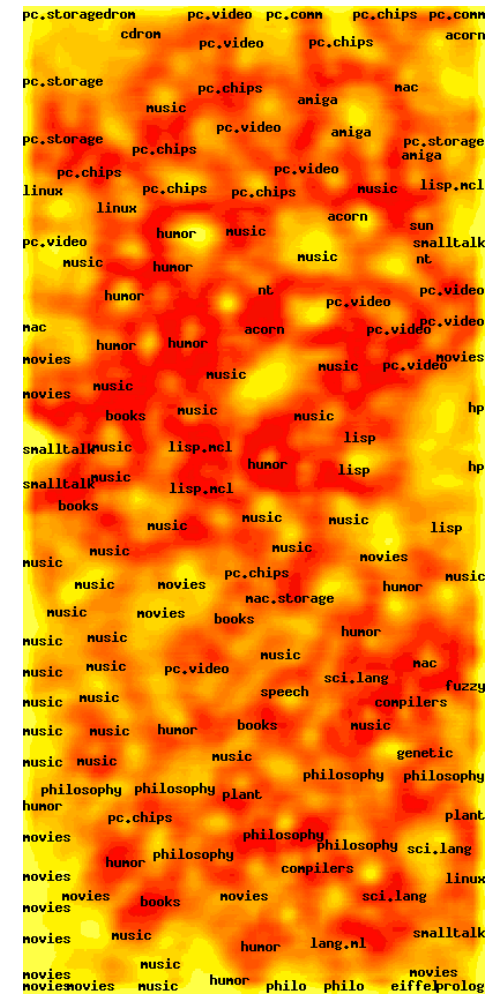
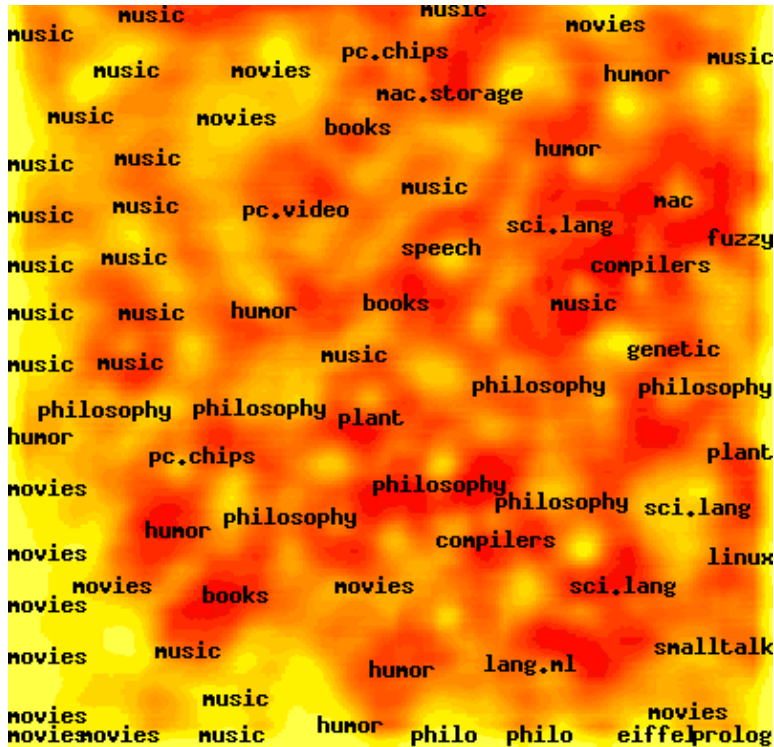
Nuño Valenzuela Alonso  
Dirección Estrategia en Buscadores  
GRUPO MUCHOVIAJE.COM – GRUPO PLANETA  
[Nuno.valenzuela@muchoviaje.com](mailto:Nuno.valenzuela@muchoviaje.com)

[www.muchoviaje.com](http://www.muchoviaje.com) – [www.hotelius.com](http://www.hotelius.com) –  
Revista MuchoViaje – [www.muchoviaje.tv](http://www.muchoviaje.tv) – [www.masnatura.com](http://www.masnatura.com) –  
[www.ociocruceros.com](http://www.ociocruceros.com)

XII Foro Internacional de Turismo de Benidorm - 2008

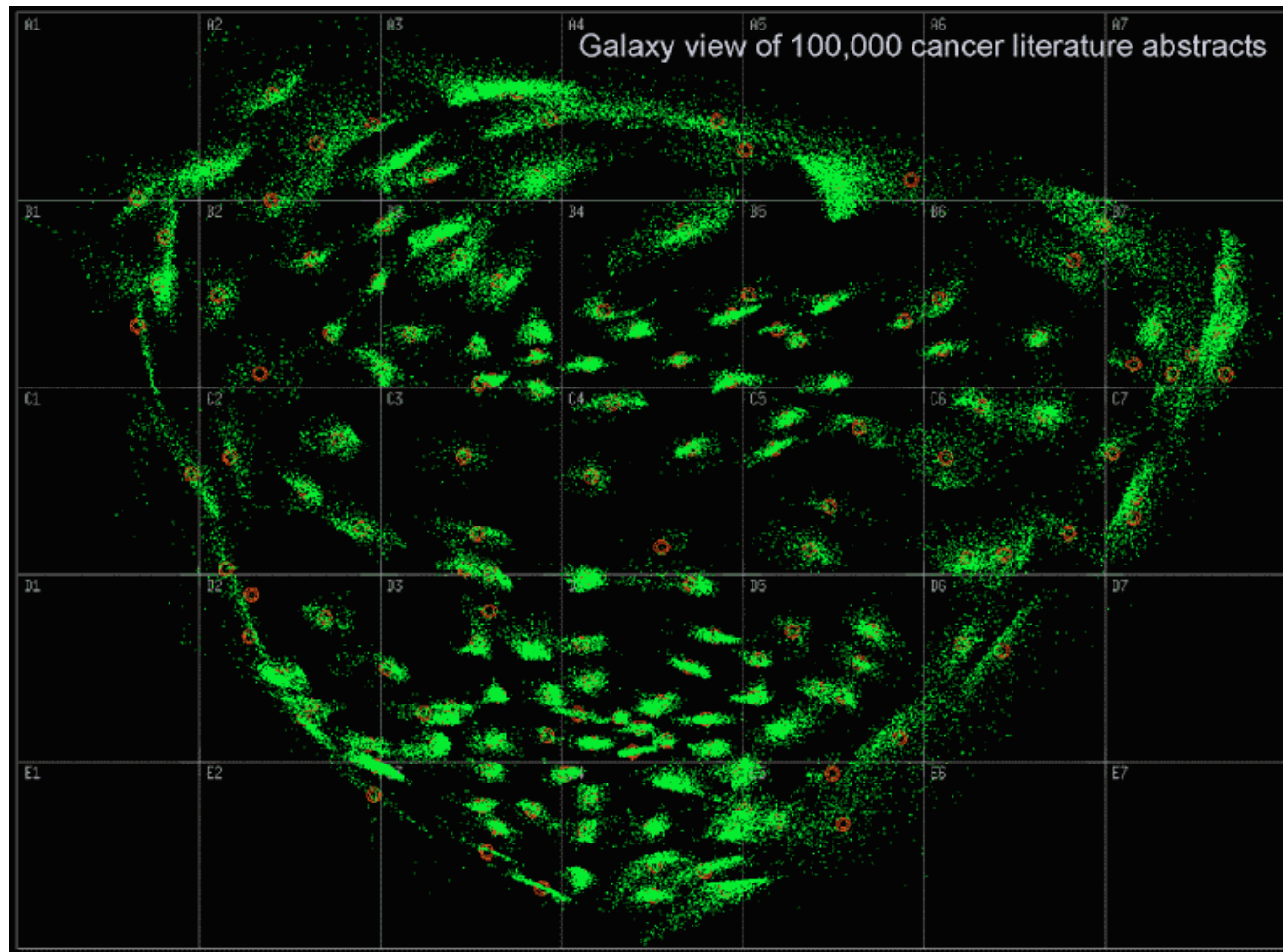
# El presente de Internet 1 - WEBSOM

Self-organizing map of Net newsgroups and postings

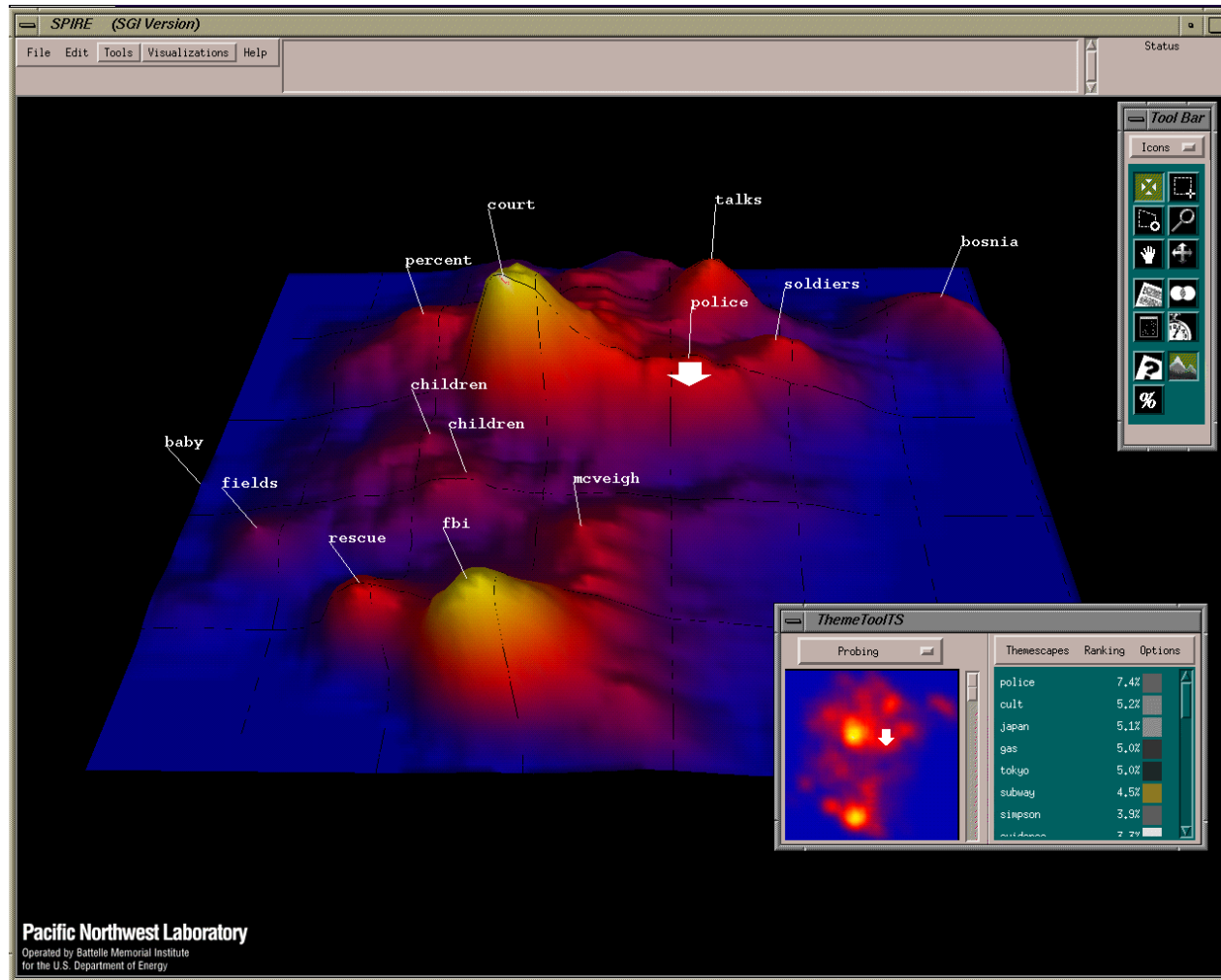


# El presente de Internet 2 - Galaxies

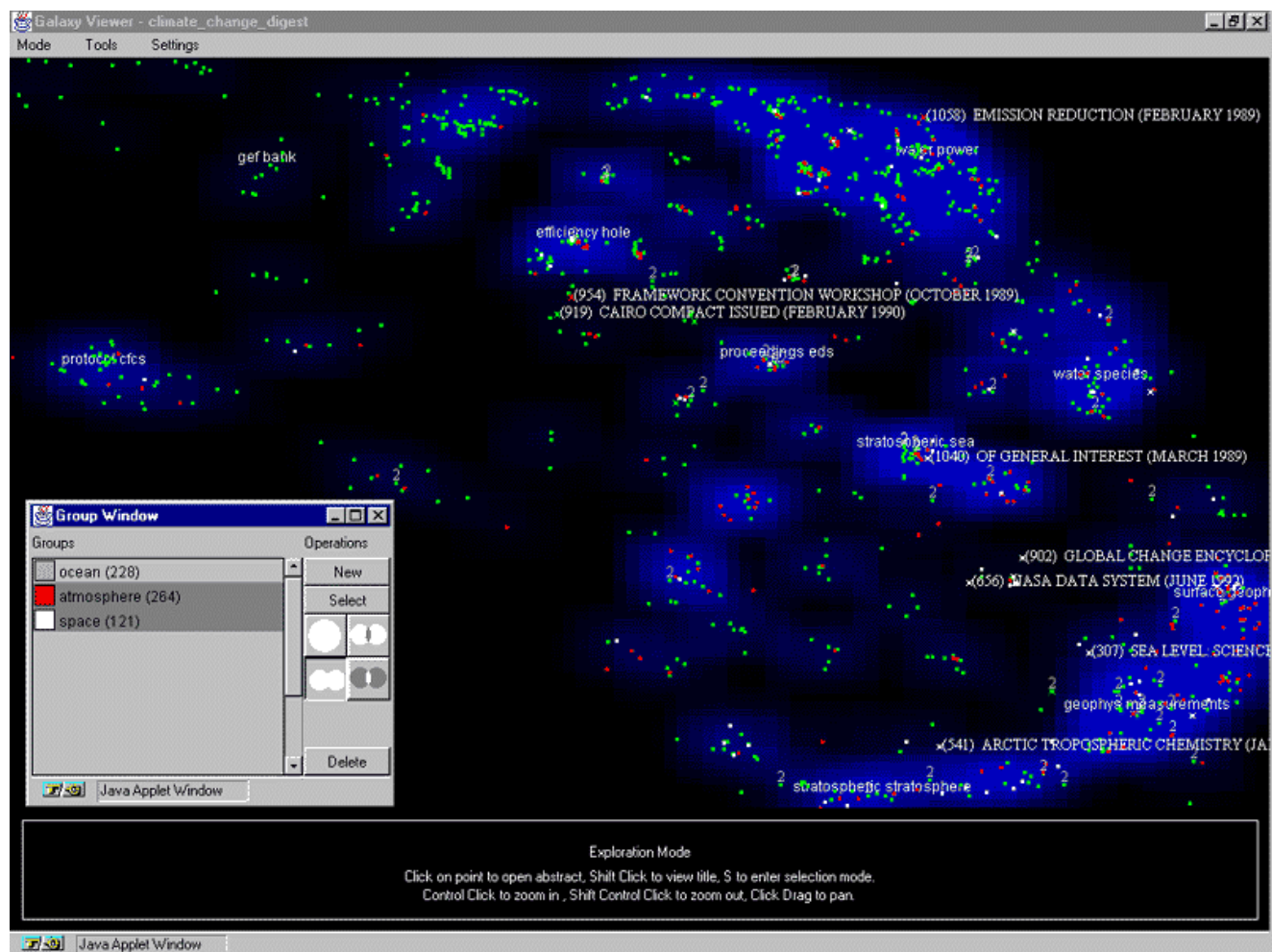
---



# El presente de Internet 3 - Themescape



# El presente de Internet 4 - WebTheme



¿Cual es mercado Internet más competitivo?

---

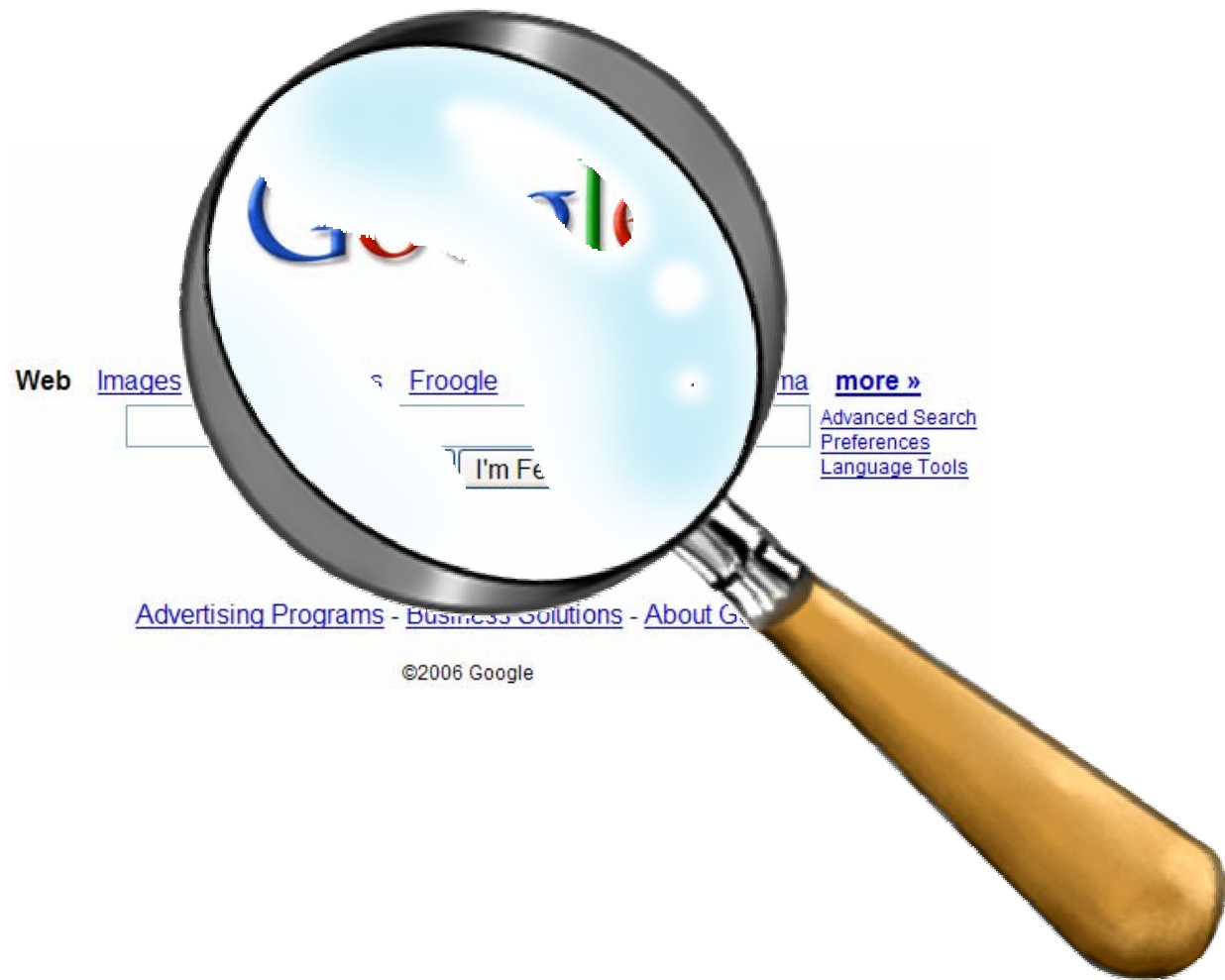
# On line travel business

“El SEO en **Turismo** Internet es el campo más complejo, el más competitivo y el que más beneficios permite, aún siendo estacional.”

**El 42%** de las visitas llegan de los Buscadores

# Los Algoritmos controlan el Mundo – Las Patatas

---



# ¿Donde llega la Search Economia?

---

## A LOS PRODUCTOS SEARCH

INTERNET

MOVIL

IP TV



# ¿Donde se dispone a llegar?

---

Radio



COMERCIAL

OFF LINE

Impactos

Print



La Palabra y la Posición es mercancía

---

# Search Economía

“Cada una de las características de nuestro Buscador, es un Producto a explotar search economicamente”

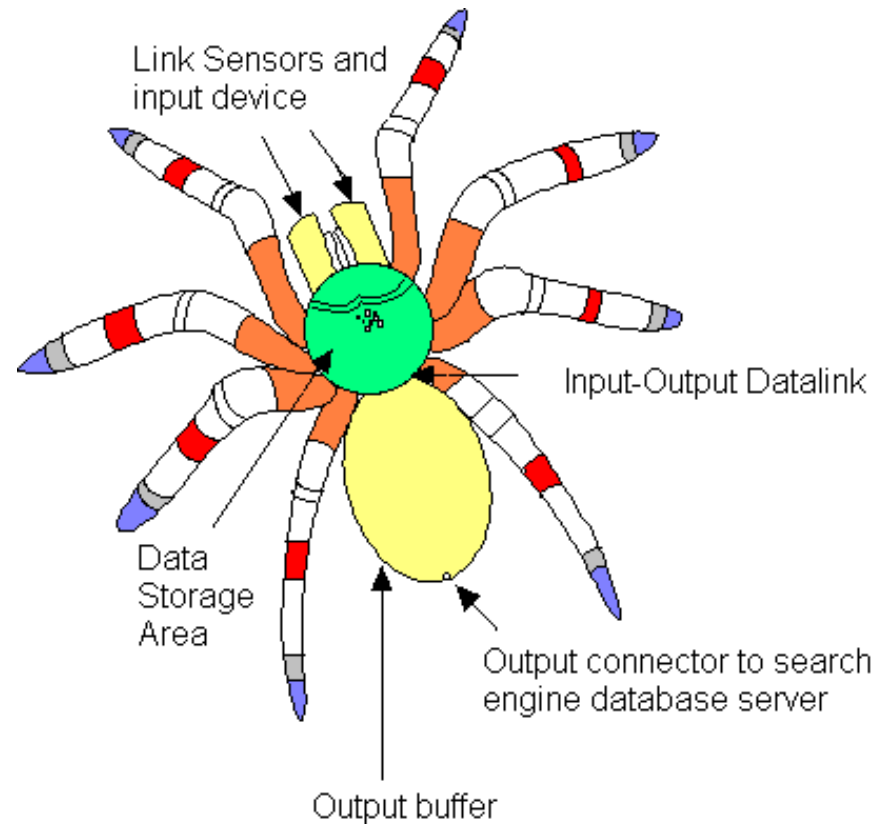
# Yo Soy el Robot de Google... Yo controlo el Mundo

---



# Yo Soy el Robot de Google... Yo controlo el Mundo

---



# ¿Como saber cual es el Futuro?

---

MAPAS

Productos  
Search

TELEFONOS

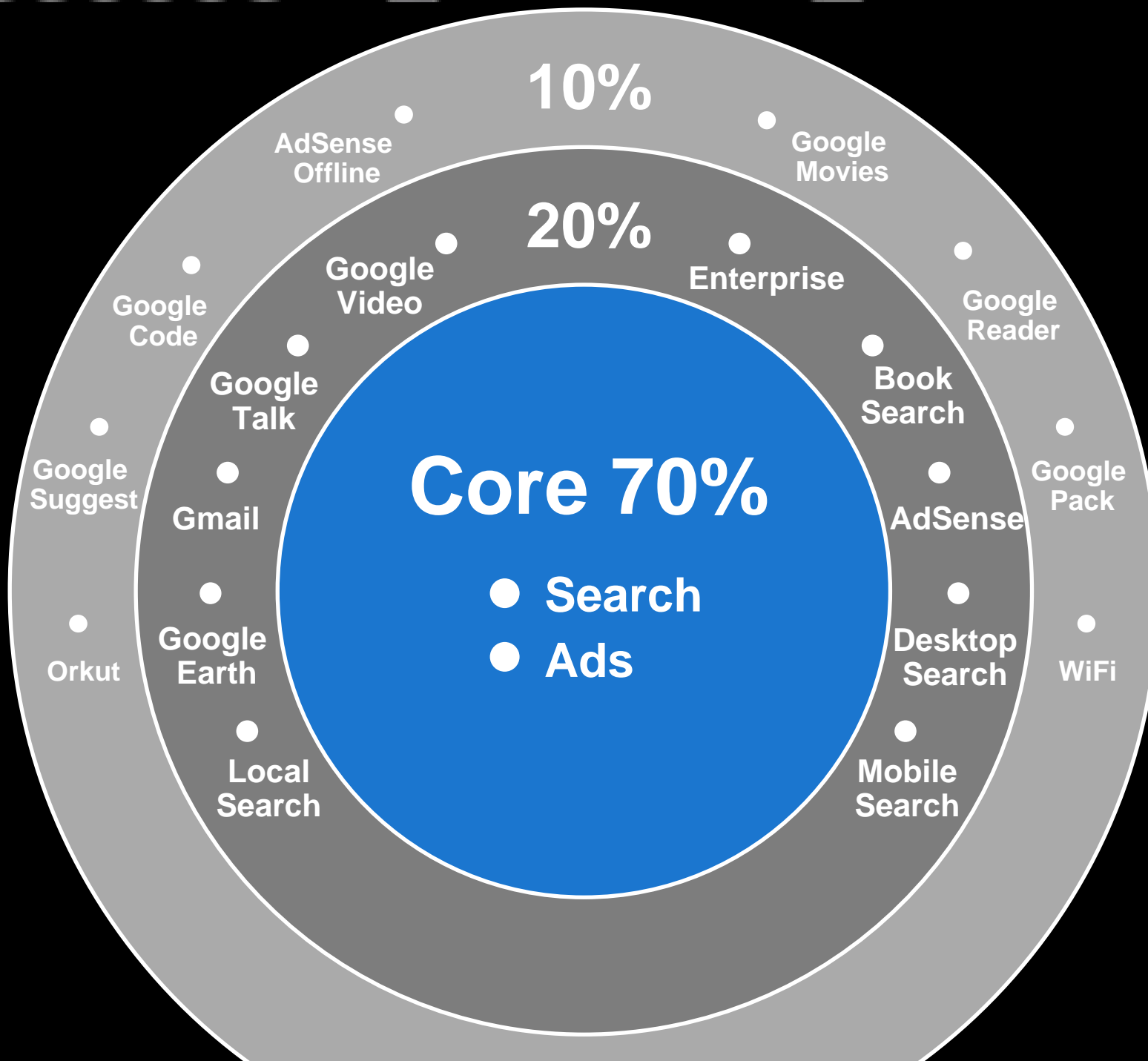
# Competidores en el mercado turístico Internet

---

CONSOLIDADORES - Ej. MuchoViaje

LINEAS AEREAS - Ej.- Iberia.com

AGENCIAS DE VIAJE



# El futuro del Turismo en Internet

## Google comienza CRUZAR BASES DE DATOS...



CONFIDENCIAL - Estrategia en Buscadores Grupo Planeta – Q1 2007



# Ej.- Ads en Google Earth

The screenshot shows the Google Earth Plus interface. The search bar contains 'tax preparation boise, id'. The left sidebar lists search results for 'tax preparation boise, id', including 'David M Charlton & Assoc', 'Pulliam & Assoc', 'Wadsworth George w CPA', 'Shirts & Motz', 'Riche Dempsey & Assoc', 'NIMS Christine CPA', 'Rhead Jill CPA', 'Smith B J CPA', 'Wilson Gerry L CPA', and 'Hecker Jerry CPA'. A 'Places' panel is visible at the bottom left. A search result for 'Rhead Jill CPA' is highlighted, showing details: '208 342 2667', '960 Broadway Ave # 250', 'Boise, ID 83706, United States', and a link to 'cabaleus.org - 4 more >'. A 'Sponsored Link' for 'Find Boise Cpa' is also visible, with the text 'Find a local CPA to meet your needs. Full details! www.accountantworld.com'. Two red callout boxes with arrows point to the search results: one labeled 'Orgánicos Earth' pointing to the 'Rhead Jill CPA' result, and another labeled 'Targeted Advertising' pointing to the 'Sponsored Link'.

Google Earth Plus

File Edit View Add Tools Help

Fly To Local Search Directions

e.g. 37.407229, -122.107162

tax preparation boise, id

tax preparation boise, id

Printable view

- David M Charlton & Assoc  
208 342 0120 - 0.5 mi NE
- Pulliam & Assoc  
208 322 8525 - 3.5 mi W
- Wadsworth George w CPA  
208 378 9600 - 3.7 mi W
- Shirts & Motz  
208 338 1041 - 0.2 mi S
- Riche Dempsey & Assoc  
208 338 1040 - 0.3 mi NW
- NIMS Christine CPA  
208 336 7162 - 0.5 mi W
- Rhead Jill CPA  
208 342 2667 - 0.9 mi SE
- Smith B J CPA  
208 336 2444 - 0.2 mi NW
- Wilson Gerry L CPA  
208 342 5905 - 0.7 mi N
- Hecker Jerry CPA  
208 344 5442 - 0.8 mi N

tax preparation 10128

Clear

Places

- My Places
- default  
Keyhole default view
- Temporary Places

Rhead Jill CPA

208 342 2667  
960 Broadway Ave # 250  
Boise, ID 83706, United States  
[cabaleus.org](http://cabaleus.org) - 4 more >

Directions: [To here](#) - [From here](#)

Sponsored Link

[Find Boise Cpa](#)  
Find a local CPA to meet your needs. Full details!  
[www.accountantworld.com](http://www.accountantworld.com)

Orgánicos Earth

Targeted Advertising

# Tendencias: SEO en Local Search (mapas)

The image shows a screenshot of a Google Local search result for "slr cameras 94043" in Mountain View, CA. The search results list three businesses: Jasper Engineering, Selantek Inc, and Ritz Camera Ctr. A map on the right shows the location of these businesses marked with red pins labeled A, B, C, D, E, F, G, and H. Two white text boxes with red borders are overlaid on the map. The first box, labeled "Targeted Advertising", has a red line pointing to the top of the search results list. The second box, labeled "SEO y Orgánicos", has a red line pointing to the business listing for Jasper Engineering.

**Targeted Advertising**

**SEO y Orgánicos**

**Local**

Sponsored Links

[Nikon SLR Cameras](#)  
High Performance and Versatility  
Learn more at Nikon's website  
[www.nikondigital.com](http://www.nikondigital.com)

Search results for **slr cameras** near **Mountain View, CA 94043**  
Categories: [Photo Finishing Retail](#), [Photographic Equip & Supls](#)

**A** [Jasper Engineering](#)  
1240 Pear Ave # A, Mountain View, CA  
(650) 967-1578  
[Jasper Engineering: Pano-Head](#)  
... It has been designed for use with most cameras, including Point & Shoot, SLR's, Digital and Medium Format for VR and Stitch ...  
[stereoscopy.com](http://stereoscopy.com)

**B** [Selantek Inc](#)  
505 Cypress Point Dr # 94, Mountain View, CA  
(650) 965-0787  
[Selantek - semiconductor in...](#)  
... barbecues, small appliances, toys, video games, cameras, camcorders, digital cameras, analog cameras, SLR cameras, point-and ...  
[selantek.com](http://selantek.com)

**C** [Ritz Camera Ctr](#)  
1898 W. El Camino Real, Mountain View, CA  
(650) 968-5666

Map Satellite Hybrid

Print Email Link to this page

Shoreline Golf Links  
Moffett Federal Air Field  
Golf Course At Moffett Field  
San Antonio Shopping Center  
Alta Mesa Cemetery  
Los Altos Hills  
Los Altos  
Sunnyvale

# SEO y Marketing Inteligente

---

Se puede predecir el crecimiento de la empresa

Se puede reducir el COSTE SEM

Se pueden controlar los CRITERIOS DE EXITO

Se puede ralentizar el crecimiento de ADVERSARIOS

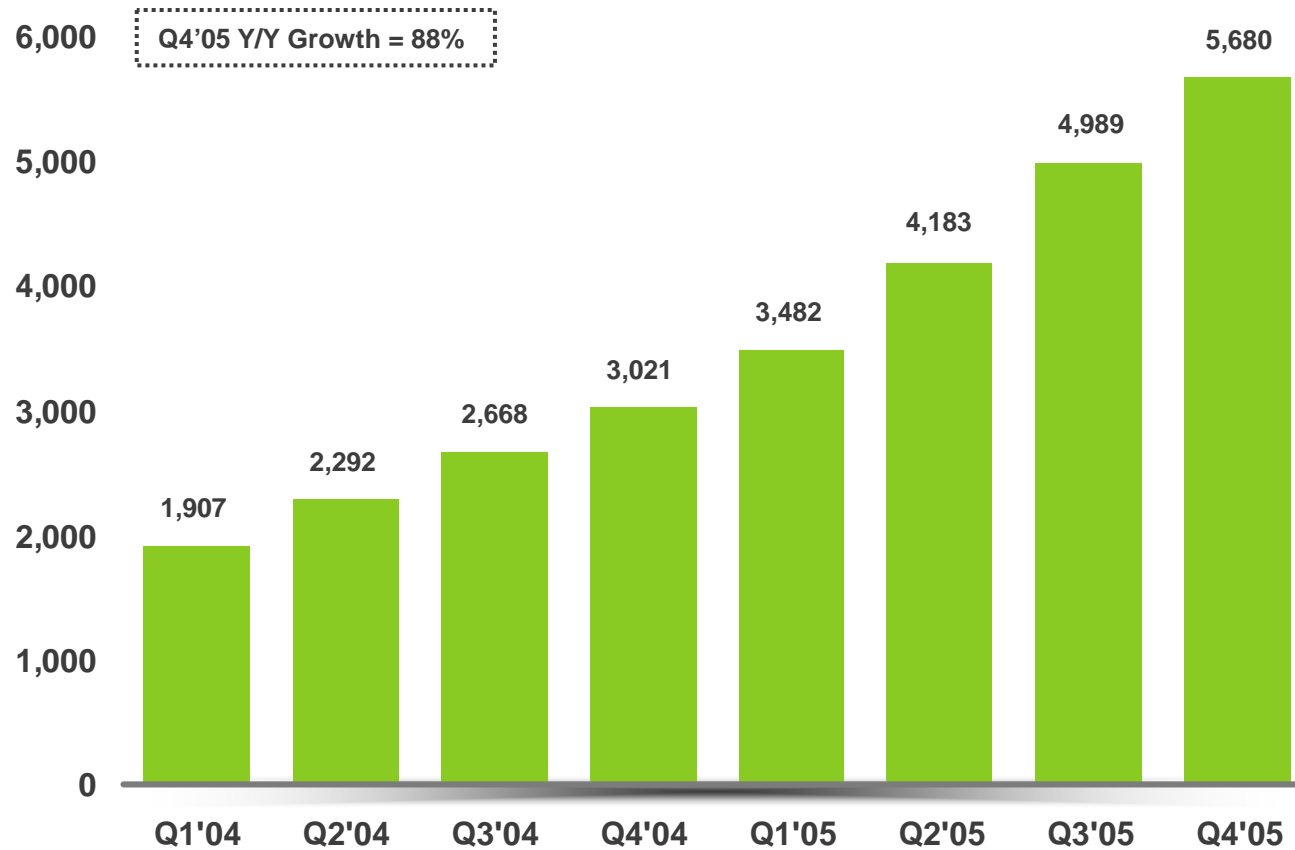
Se puede crear MARCA y vencer a los Grandes

Se puede reducir el TAC

Se puede hacer distribución estratégica

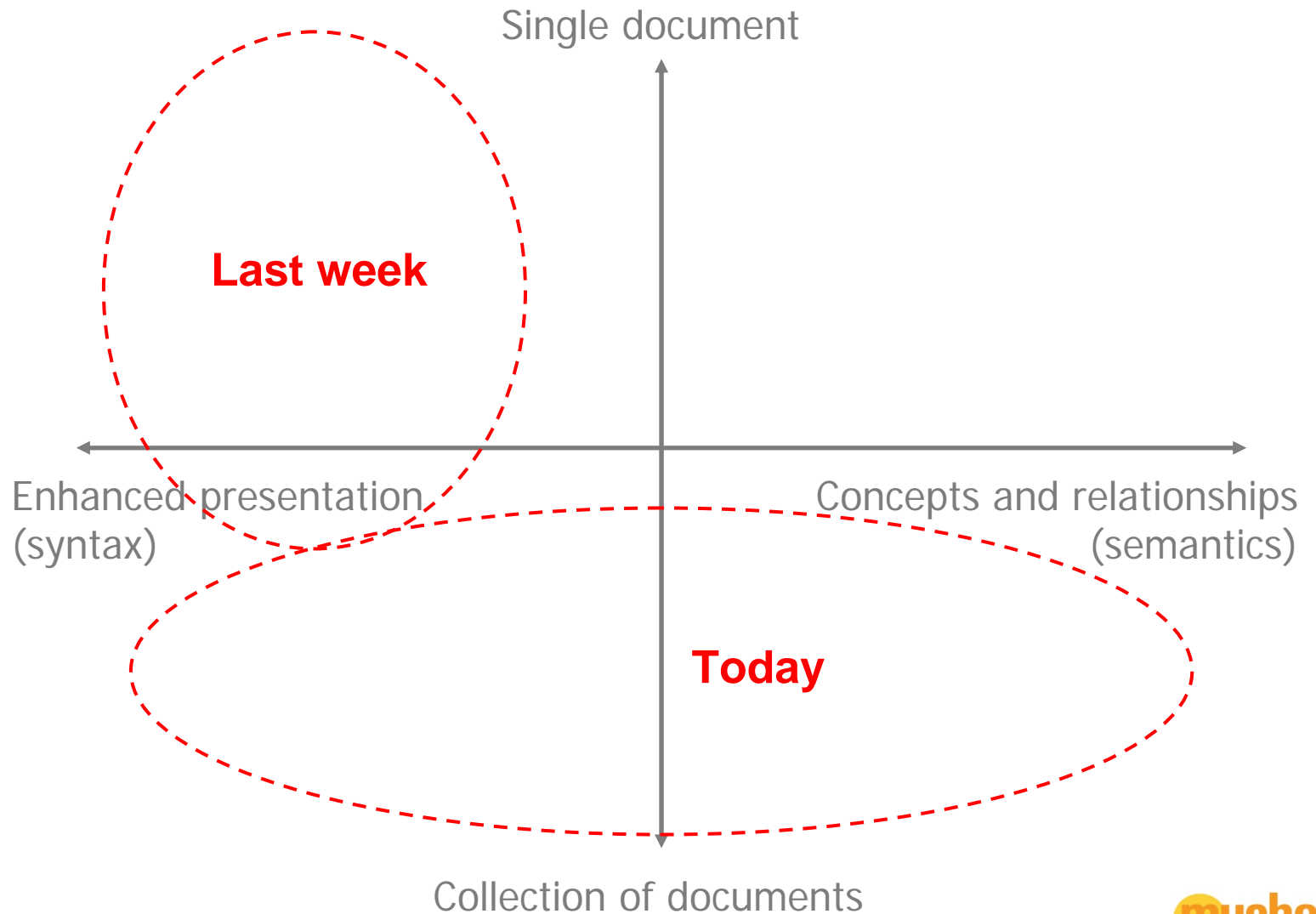
# Aumento de gasto en SEM en sector turistico

Hay Gasto y hay beneficios... en SEO se crean activos inhouse



# El Futuro del Turismo y el Lenguaje IT

---



# Vamos a Google y realizar búsqueda ejemplo...

---



Google™

Grew index  
substantially



Consumer  
happiness

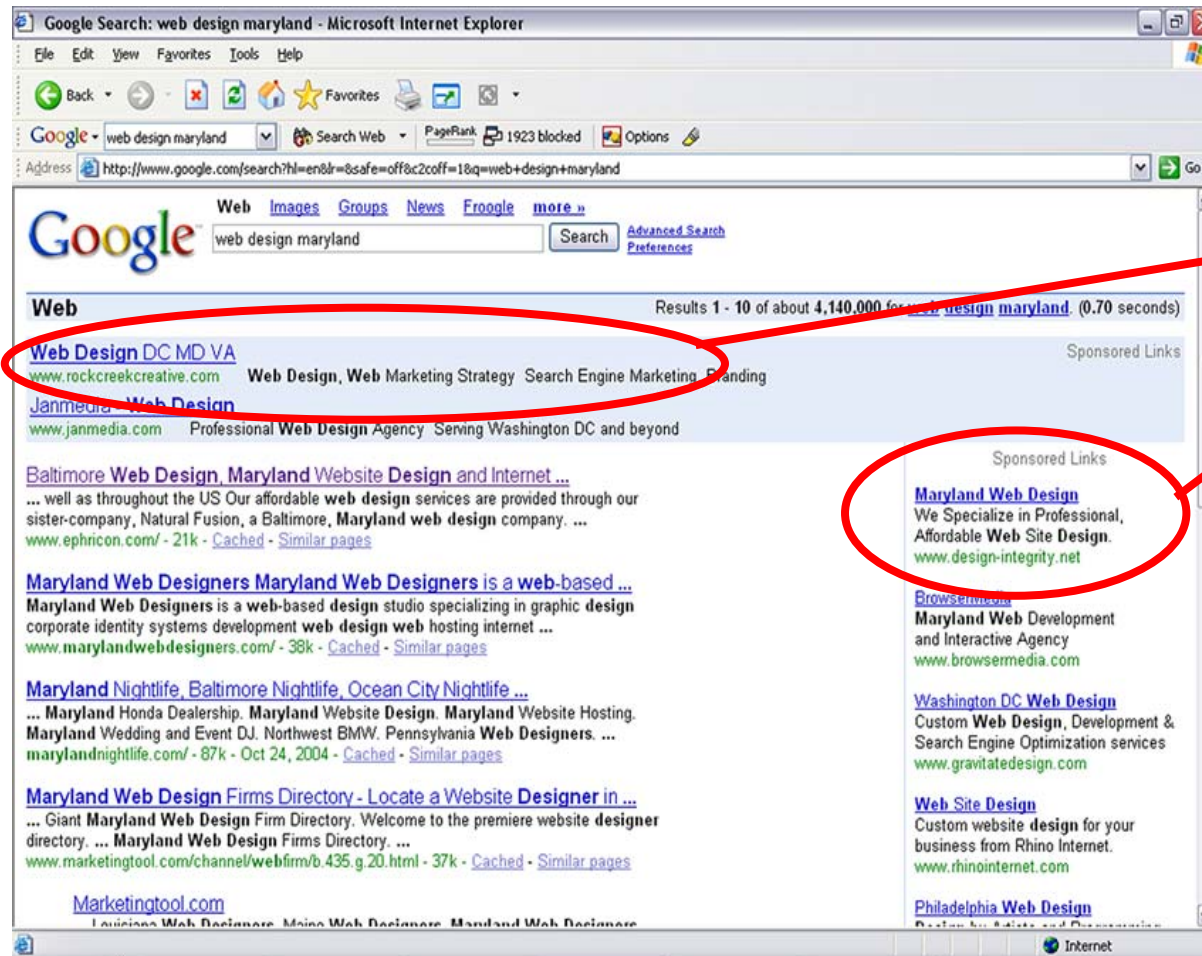


New forms  
of content



Search  
features

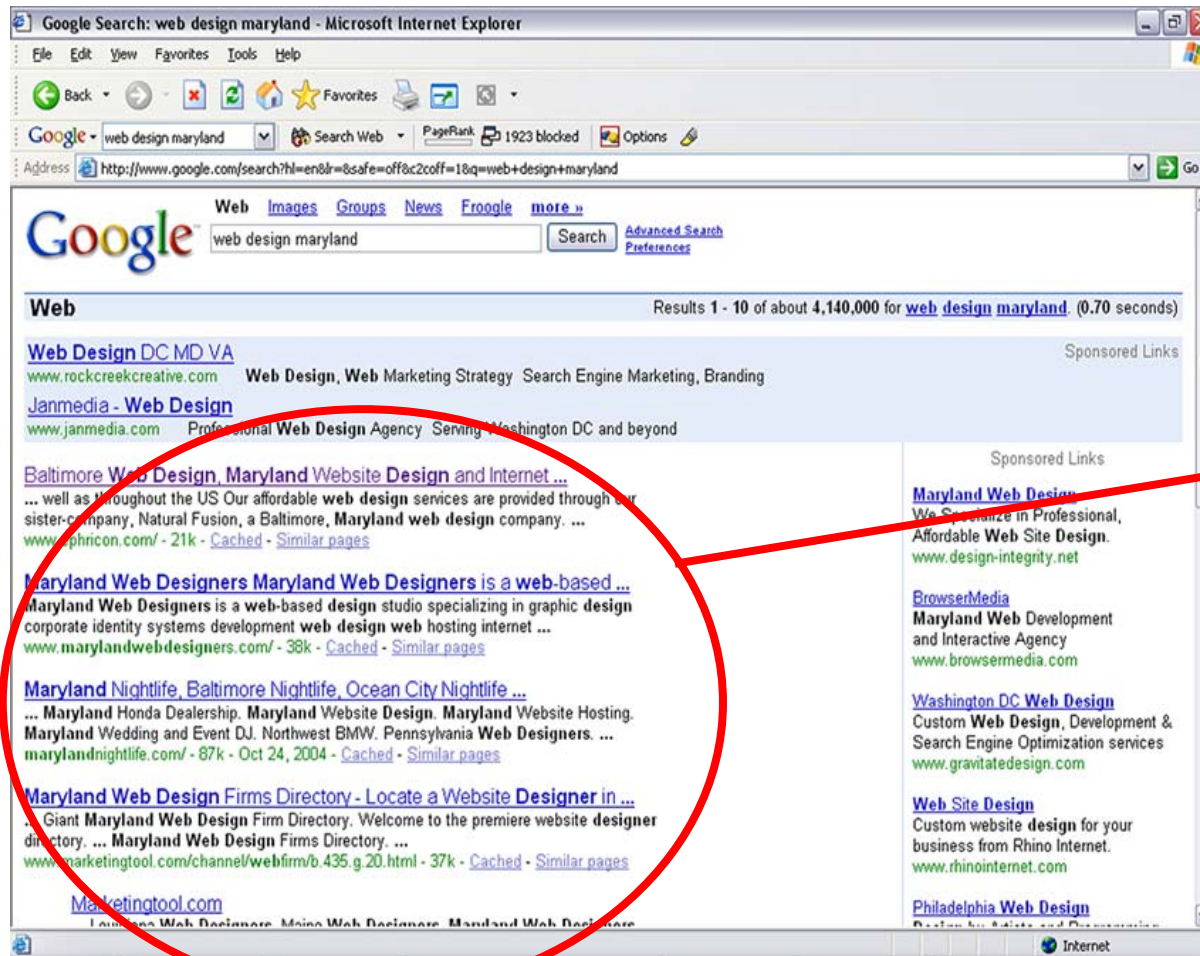
# ADS: Diferencia entre Ad de Premiun y Top 1



PREMIUN

TOP 1

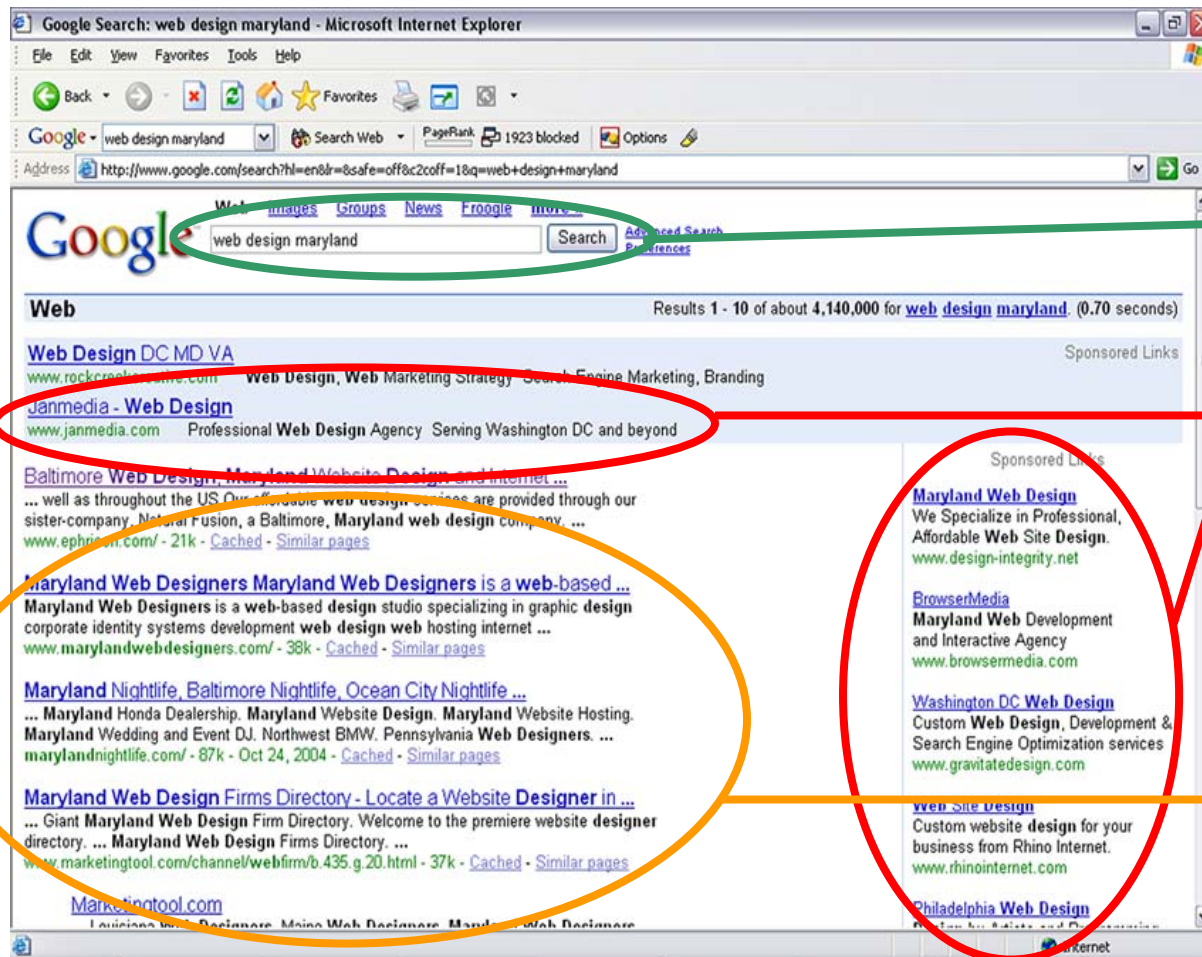
# El Universo SEO (1) - Esencia de Internet



El universo seo



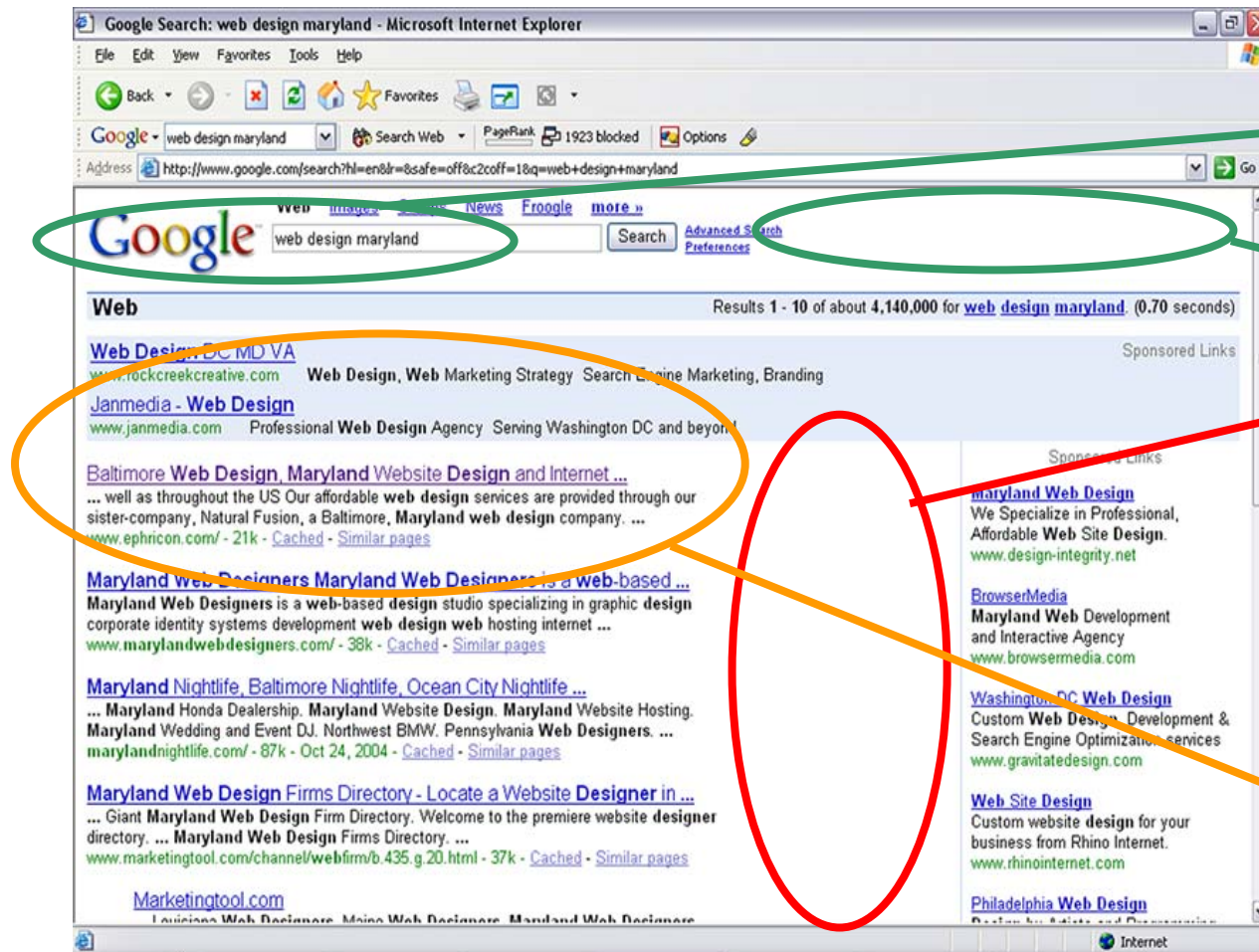
# AKA - *also known as*



Caja de búsqueda aka Search box  
Anuncios Patrocinados - Sponsored Listings aka PPC

“Orgánicos” o Resultados aka SERPs

# La Información Organizada - Topologia



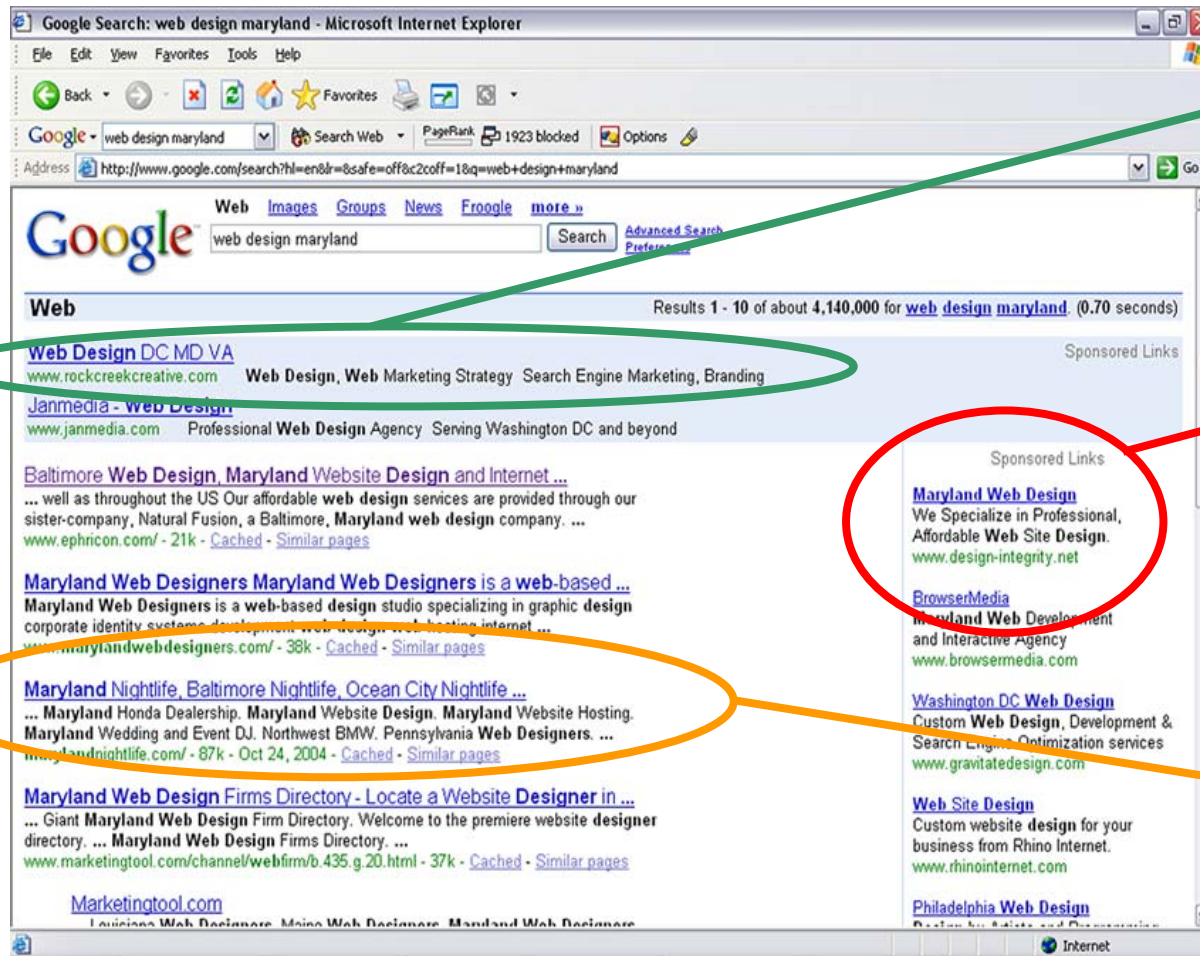
Marca y  
Búsqueda  
unidas

La Teoría del  
espacio Vacio

La separación entre PPC  
y Orgánicos

El empastamiento  
entre PREMIUN y  
Top 1 organico

# Todo en los Buscadores está muy pensando ...



Título + Url + slogan relevante. 100% encaja con la Búsqueda

Título + slogan + url

El más informativo

## Pregunta rápida a nuestra Agencia SEM

---

# Premiun y el TOP 1

“Tengo una duda que seguro que tu me puedes decir a ojo. ¿Cuánto costaría un patrocinado 1 mes en num 1 con **HOTELES** en **Premiun** o **Top 1**? En Google, en Yahoo en MSN????.”

## Respuesta rápida sobre HOTELES, dramático

---

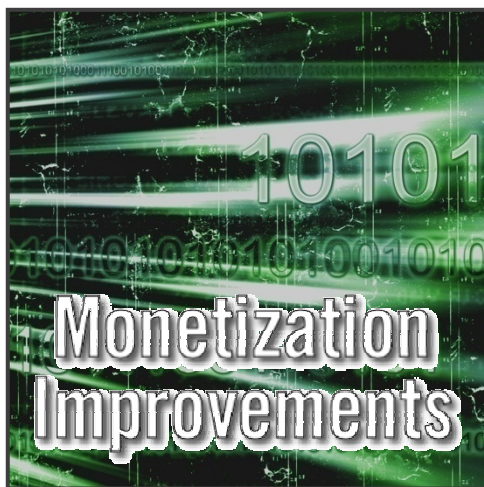
# 1 día= 7000 clics, 4000 euros

Como sabes, ninguno de ellos garantiza posiciones, existe una parte de precio, pero tenemos otra parte muy importante de CTR para marcar la posición. Según las estimaciones, la palabra “hoteles” para posición 1-3, tiene una estimación de: **7.795 clics - 9.768 clics a un coste medio 4.150 - €7.800 €**. Estos números son por día. Dime si así te queda claro.

# Enfoque SEO: Ejemplos y elementos

---

$$\text{Ingresos} = \text{Users} * \frac{\text{Busquedas}}{\text{Usuarios}} * \frac{\text{seo}}{\text{resultados}} * \frac{\text{Clicks}}{\text{seo}} * \frac{\text{Ingresos}}{\text{Click}}$$

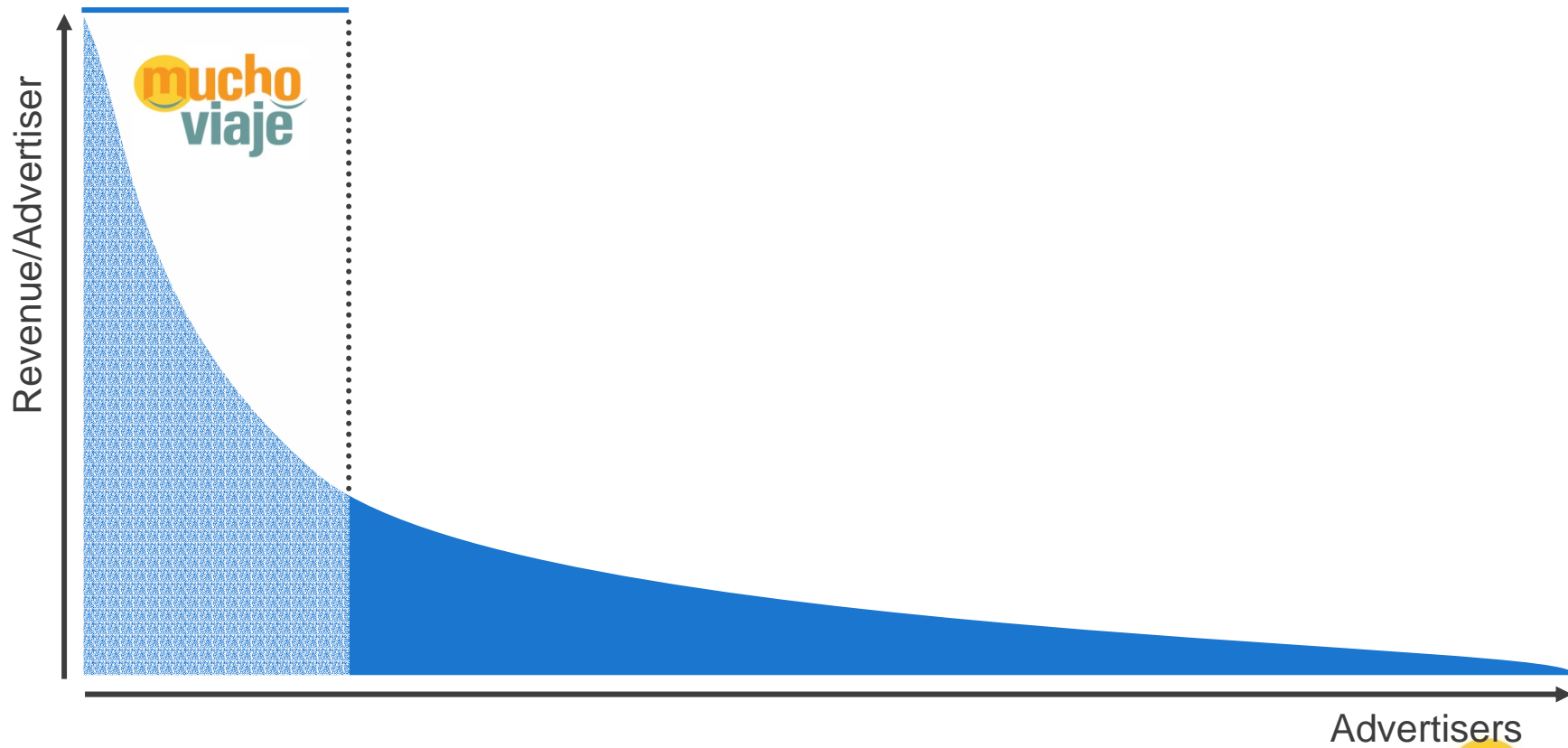


# PALABRA CLAVE DE ALTO RENDIMIENTO

---

Serving all of our customers

## VIAJES

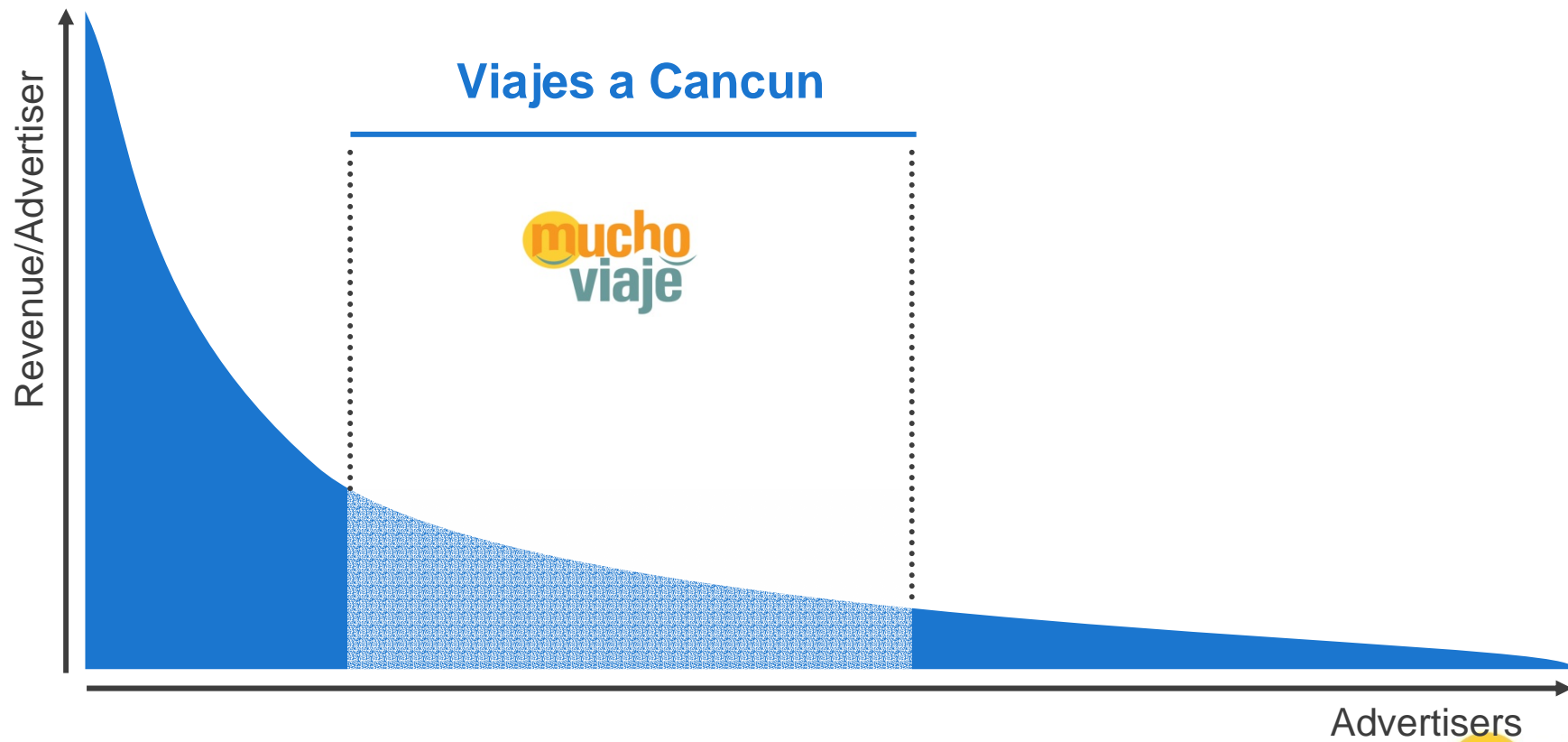


CONFIDENCIAL - Estrategia en Buscadores Grupo Planeta - Q1 2007

# FRASE CLAVE DE ALTO RENDIMIENTO

---

Serving all of our customers



CONFIDENCIAL - Estrategia en Buscadores Grupo Planeta - Q1 2007

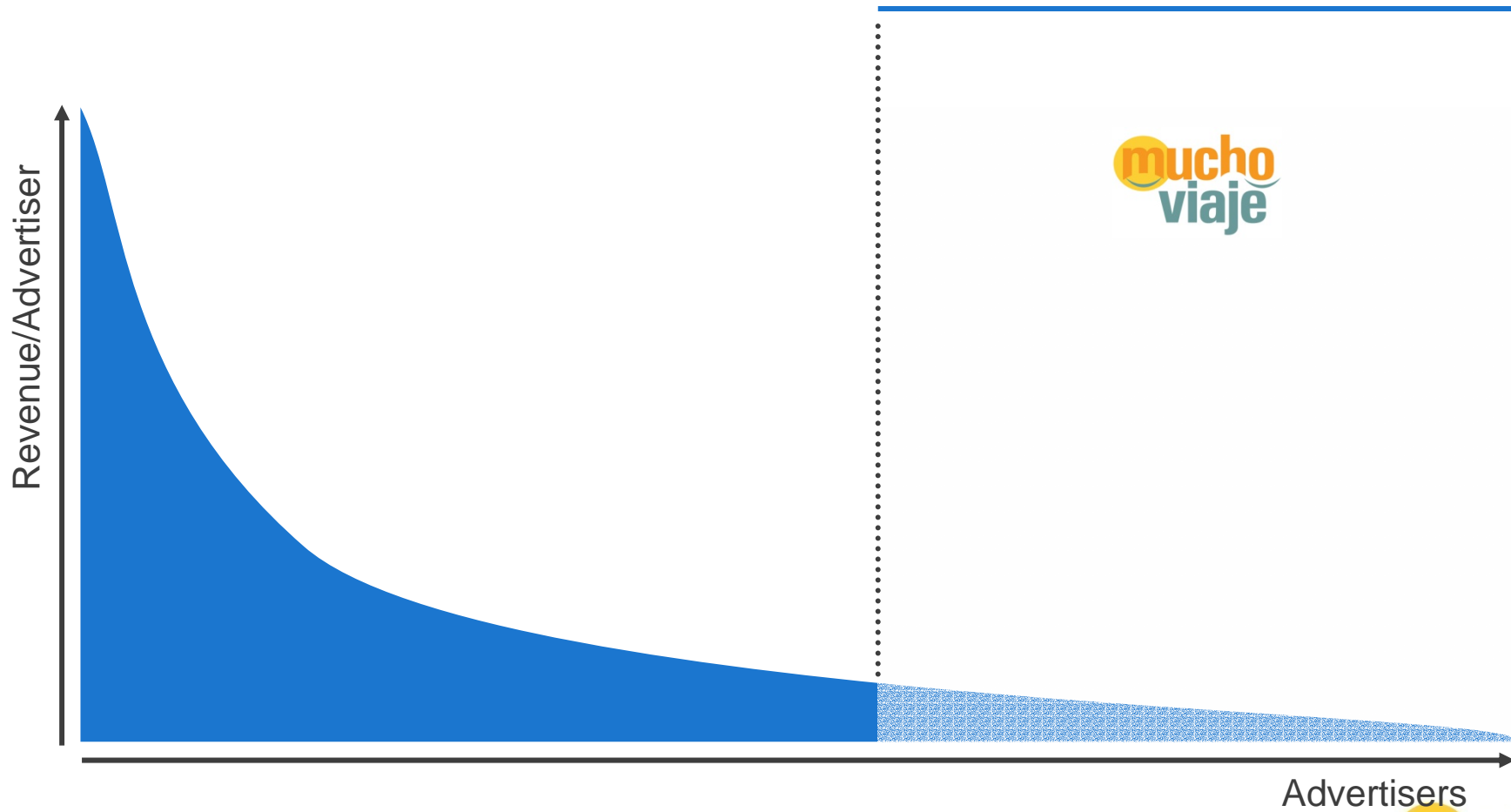




# FRASE CLAVE CUALIFICADA DE ALTO RENDIMIENTO

Serving all of our

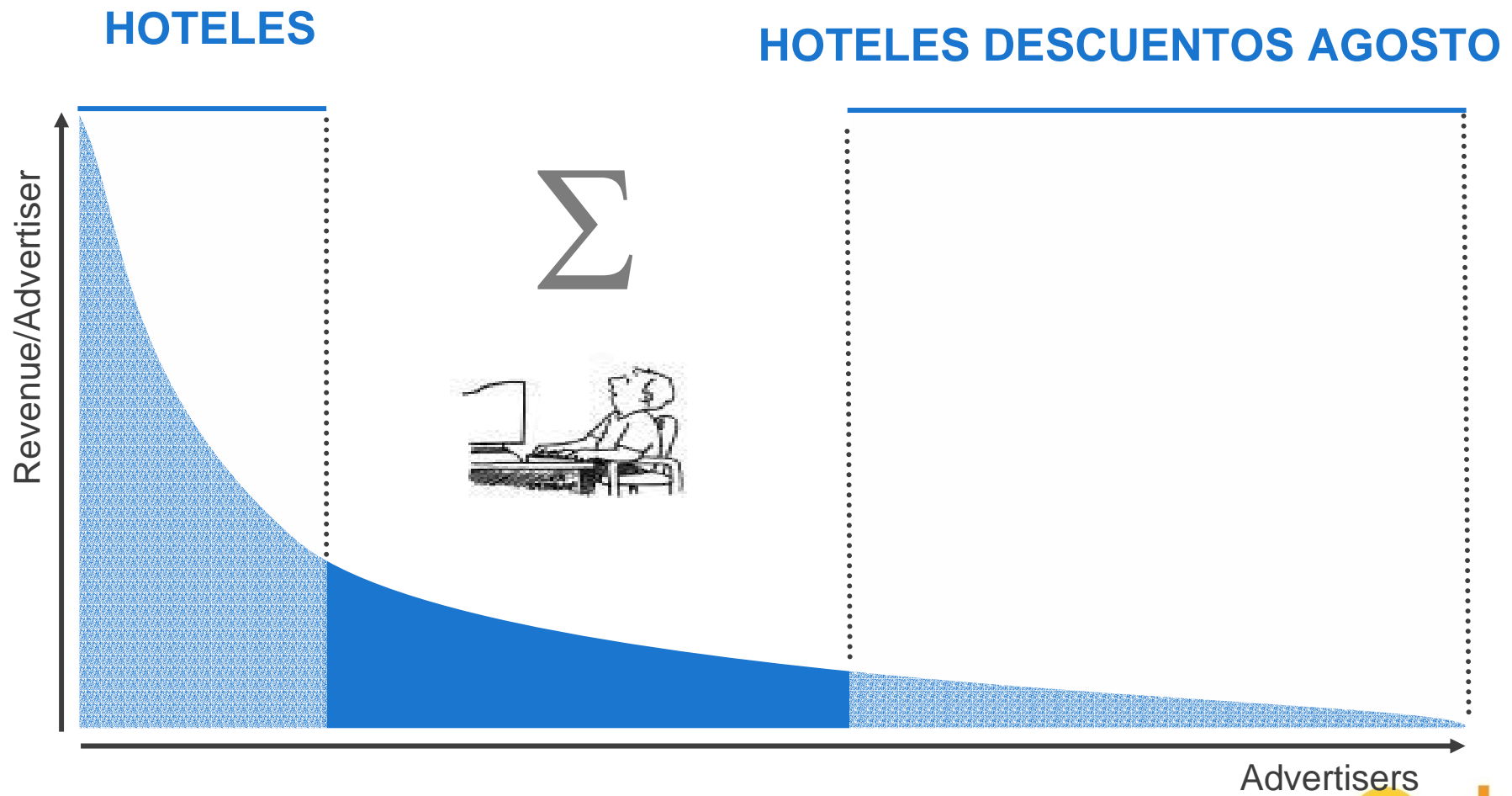
## HOTELES DESCUENTOS AGOSTO



CONFIDENCIAL - Estrategia en Buscadores Grupo Planeta - Q1 2007



# EL SUMATORIO ES IDENTICO



CONFIDENCIAL - Estrategia en Buscadores Grupo Planeta - Q1 2007



Nuño Valenzuela Alonso  
Dirección Estrategia en Buscadores  
GRUPO MUCHOVIAJE.COM – GRUPO PLANETA  
[Nuno.valenzuela@muchoviaje.com](mailto:Nuno.valenzuela@muchoviaje.com)

[www.muchoviaje.com](http://www.muchoviaje.com)   [www.hotelius.com](http://www.hotelius.com)

Revista MuchoViaje – [www.muchoviaje.tv](http://www.muchoviaje.tv)  
[www.masnatura.com](http://www.masnatura.com)  
[www.ociocruceros.com](http://www.ociocruceros.com)

XII Foro Internacional de Turismo de Benidorm -  
2008