



BUENAS PRÁCTICAS EN LAS REDES SOCIALES

Por Laura Catalá

El 2020 ha dado un giro inesperado y la industria turística necesita, más que nunca, aprovechar todas las herramientas para que los viajeros vuelvan a sentir la riqueza de los viajes. Si estás pensando en poner tu marca al día, volver a empezar desde cero y con buen pie. Te hemos preparado un boletín de lo más sencillo y práctico para que las redes sociales vuelvan a ser una herramienta útil para impulsar tu negocio turístico.

Contenido

Introducción. Pág. 1

El proceso de toma de decisión .Pág. 2

Con qué redes empiezo
Pág. 2

Empieza con un buen
perfil de empresa. Pág. 3

Haz llamadas a la acción.
Pág. 4

Siempre ubicación. Pág. 4.

Crea un anuncio. Pág. 4.

El proceso de toma de decisión

La base para hacer un buen uso de las redes sociales para fomentar el turismo es entender cómo funciona el proceso de reserva y toma de decisión de los viajeros. El *Traveller Journey*, que es como llamamos a ese proceso tiene 6 pasos:

Soñar, planificar, reservar, ultimar, viajar y recordar.

Cada una de las fases del *Traveller Journey* cumple una función única en el proceso de decisión de compra de un viaje y las redes sociales son una de las herramientas que, sin duda, ayudan a cualquier marca turística a tener visibilidad para que viajeros de todo el mundo empiecen a soñar con su siguiente viaje.

Las redes sociales se pueden convertir en las mejores aliadas para tu empresa turística, ya que a través de estas plataformas digitales puedes enseñar gran cantidad de contenido que inspire y, gracias a los *tips* que te daremos a continuación, conseguirás no perder el tiempo y enfocar mejor tu relanzamiento en redes.

¿Con qué redes sociales empiezo?

Ahora que ha llegado el tiempo de la contención, la mejor decisión que puedes tomar es la de enfocar lo mejor posible tus esfuerzos de manera que puedas invertir tu tiempo y recursos en las redes que realmente te vayan a ser útiles y efectivas.

Facebook es la red social número uno en número de usuarios en el mundo con 2.449 millones de usuarios.

La siguen WhatsApp y Facebook Messenger con 1.600 millones y 1.300 millones respectivamente. En cuarto lugar está Instagram con 1.000 millones de usuarios según las estadísticas de Digital in 2020.

Teniendo en cuenta que WhatsApp y Facebook Messenger son plataformas de mensajería que nos pueden servir como herramienta de comunicación directa con los clientes, en este boletín nos vamos a centrar en introducirte en buenas prácticas para Facebook e Instagram para turismo. Así que vamos a empezar y dedicarnos en cuerpo y alma para que nuestro mensaje llegue a ese viajero que está soñando con su próxima escapada desde su casa.



Empieza con un buen perfil de empresa

Un buen perfil en redes sociales es fundamental para que los viajeros que llegan a tu cuenta tengan una buena impresión y se acaben decidiendo porque tu marca invite a comprar tu marca....

Nombre de perfil: Si el nombre de tu marca ya está pillado, apuesta por acompañarlo por un sustantivo o adjetivo que describa tu experiencia, o que hable del destino en el que trabajas.

Rellenar el perfil: Una vez tengas la cuenta en marcha tienes que rellenar al máximo los campos que ofrece la red social. Nombre completo (marca o producto), este es muy importante ya que los usuarios puedan encontrar sin problema tu cuenta sin confusión alguna; sitio web (URL), añadir siempre la dirección de tu página web ayudará a que tus seguidores la visiten, ya que si la tienen en un solo *click* es más fácil para ellos; y descripción (biografía), aquí es muy importante que describas en 4-5 palabras la actividad de tu empresa. Ej: hotel, turismo... Añade también la dirección, contacto (teléfono, correo,...). Aprovecha al máximo todo ese espacio para que se convierta en tu carta de presentación perfecta

Vincular cuentas: Este es un paso que muchas empresas olvidan y el cual es muy útil. Te permite compartir el contenido a diferentes redes sociales a la vez. Esto es tan fácil como al publicar una imagen, seleccionar las redes sociales a las que quieras compartir. Así de manera automática siempre que publiques algo en Instagram también se publicará en las demás.

No abusar de los Hashtags#: Suele ser común en las cuentas de empresa o marca no utilizar descripciones y en su lugar poner una larga lista de hashtags. Esto puede resultar contraproducente, por lo que nosotras te recomendamos estos:

Sobre los #Hashtags

#Marca: "El imprescindible" este tiene que aparecer en todas tus publicaciones ya que es el que promociona tu marca en Instagram. También puedes utilizar unas palabras que hagan reconocible tu marca. Por ejemplo: RedBull lanzó el hashtag #TeDaAlas.

#Campaña: Este se utilizará en los momentos de compartir un contenido que haga referencia a una promoción o campaña. Por ejemplo: #diadelamadre.

#Contenido: Ideal para describir la imagen que has subido, ayudará al seguidor a entender mejor que ofreces. Por lo que ya tienes otra cosa que hacer... Buscar las palabras perfectas que lo describan lo más fielmente posible.

#Popular: Si en tus publicaciones añades un #hashtag que esté en auge en Instagram conseguirás un mayor alcance en el sector. Algunos que te pueden ser de gran ayuda son: #Hotel, #Resort, #Tourism, #Travel, #Relax.

Haz llamadas a la acción

Con este tipo de contenidos de llamado a la acción el usuario que visualiza tu publicación gana sentido de la participación. En estos puedes enlazar documentos, páginas webs, entre muchos más...Algunos ejemplos que puedes utilizar son:

Cuéntamelo en los comentarios

Lo encontrarás en mi web (ver bio)

¿Te apuntas?

Entra en mi blog y te lo cuento

Si quieres que te avise, envíame un directo

Si quieres saber más vente a mi bio

¿Aún no te has suscrito a mi newsletter?

¿Lo has probado alguna vez?

¿Y tú qué opinas?

¿Y tú a quién me recomiendas?

Lo encontrarás en mi tienda

Descárgalo en mi bio

Compartir es de guapas

Reserva tu plaza

¡Solo esta semana!

¿Te interesa? Visita mi bio

Ven a vernos!

Siempre ubicación

La ubicación de tus imágenes es toda una oportunidad que tienes que aprovechar. Es tan fácil como añadirla al subir la foto (también puedes utilizarla en las historias).

Después de todos estos *tips* tu cuenta quedará como la de un verdadero profesional el cual está comprometido a "Renovarse o morir".

El siguiente apartado creo que te interesará ya que vamos un paso más allá... ¿Te apuntas?

Crea un anuncio

Una vez tu cuenta está *On fire*, podemos hablar de anuncios. Ten en cuenta que esto conlleva un coste económico que debe ser pagado a la red social en cuestión.

Lo más importante es que tu cuenta reproduzca tu anuncio en todas las redes sociales que tengas en tu mano. Para ello conectaremos Facebook con Instagram (algo parecido a lo que hemos hecho con las publicaciones de las imágenes).

Listos para lanzar tus campañas al mundo, a partir de este momento ya puedes dar a conocer al mundo tu marca.