



# FORMACIÓN: PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA GUADALHORCE



**LUCÍA SALMERÓN**  
CREADORA DE CONTENIDO EN:

BLOGUERA VIAJERA 

[WWW.BLOGUERAVIAJERA.COM](http://WWW.BLOGUERAVIAJERA.COM)  
[@BLOGUERAVIAJERA](https://www.instagram.com/BLOGUERAVIAJERA)



# ***SPOILER***

*Estrategias de  
comunicación para  
fomentar el turismo  
en el Valle de  
Guadalupe*

# CLAVES PARA IMPULSAR EL TURISMO EN EL VALLE DEL GUADALHORCE

## HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN PARA IMPULSAR EL TURISMO EN LA COMARCA



- **1.¿Quién soy?¿y qué hago aquí?**
- **2.¿Por qué este tema es clave para tu negocio?**
- **3.Unir fuerzas: El poder de pertenecer a una marca turística y sus beneficios**
- **4.Comunicación que enamora: cómo conectar mejor con los visitantes (con ejemplos prácticos).**
- **5.Redes sociales y Google: La vitrina digital que no puedes ignorar**
- **6.Tu plan de acción: Objetivos SMARTe para ver resultados antes del verano ¡Manos a la obra!**

# ¿Qué hacemos y cómo lo hacemos?



- *Creadores de contenido en el blog [www.blogueraviajera.com](http://www.blogueraviajera.com)*
- *En redes sociales en @blogueraviajera*
- *Community Managers de empresas turísticas y asesores*
- *Copywriters (Turismo Andaluz)*
- *Formación Estrategia en Redes*



# BLOGUERA VIAJERA

Blog de viajes en familia



**Lo que no se comunica no existe**

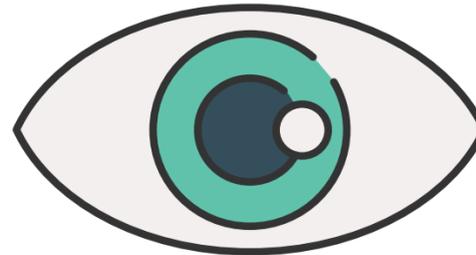


# *La importancia de pertenecer a una marca o destino*



## **La unión hace la fuerza, y vende más**

Estar unidos bajo la marca Valle del Guadalupe, otros ejemplos



## **Promoción conjunta y más visibilidad**

Ferias, redes sociales. más impacto mediático y en buscadores, blogtrips...



## **Oferta completa para el viajero**

Oferta más completa, más actividades y experiencias, más días de estancia... más gasto medio.

## *PIT claves*

**Claves para alargar  
la estancia y  
aumentar el gasto**



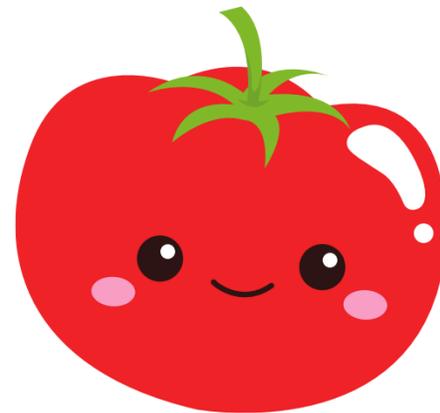
### **Turista con toda la información es un turista satisfecho**

Evita la frustración con los problemas de horario de las oficinas de turismo



### **Gasta más**

1. Conoce la oferta de experiencias que más se adapta a su perfil
2. Las consume
3. Se va satisfecho, vuelve y nos recomienda.,
4. Beneficia a todos los negocios de la zona



### **Experiencias auténticas**

Alternativa a los destinos maduros y saturados para visitantes que buscan experiencias más auténticas.



# COMUNICACIÓN EN PERSONA

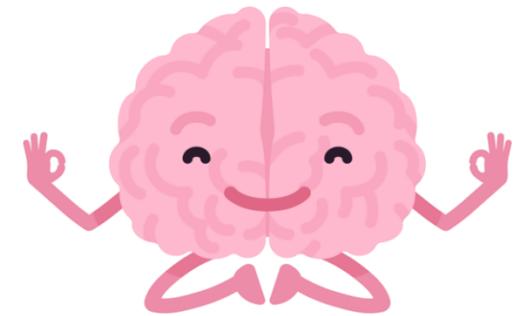
# CLAVES PARA LA COMUNICACIÓN CON LOS TURISTAS



**Sonrisa y contacto visual**



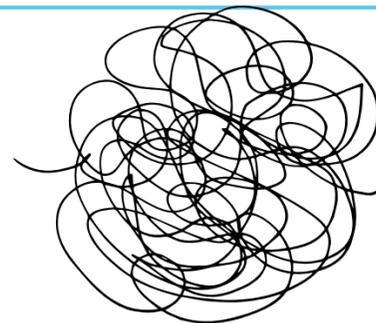
**Escuchar y entender sus necesidades**



**Amabilidad y paciencia**



**Conoce el entorno**



**Info clara acompañada de info digital o escrita**



**Customer Journey**

# CUSTOMER JOURNEY DEL TURISTA Y CLAVES DEL ÉXITO



## 1 INSPIRACIÓN (DREAMING)

BUSCA IDEAS EN BLOGS, REDES SOCIALES, YOUTUBE Y RECOMENDACIONES.

🔑 CLAVE DEL ÉXITO: CONTENIDO ATRACTIVO, SEO OPTIMIZADO, COLABORACIÓN CON INFLUENCERS.

## 2 INVESTIGACIÓN (PLANNING Y RUTA)

COMPARA OPCIONES EN GOOGLE, TRIPADVISOR, BOOKING, ETC.

🔑 CLAVE DEL ÉXITO: BUENAS RESEÑAS, FOTOS DE CALIDAD, RESPUESTAS ACTIVAS A DUDAS.

## 3 RESERVA (BOOKING)

TOMA LA DECISIÓN Y COMPRA EN WEB OFICIAL O PLATAFORMAS.

🔑 CLAVE DEL ÉXITO: WEB SENCILLA, PROCESOS DE PAGO RÁPIDOS, DESCUENTOS ATRACTIVOS.

## 4 EXPERIENCIA (EXPERIENCING)

VIVE LA ACTIVIDAD, SE ALOJA O CENA EN EL RESTAURANTE.

🔑 CLAVE DEL ÉXITO: SERVICIO EXCELENTE, DETALLES PERSONALIZADOS, CUMPLIR EXPECTATIVAS.

## 5 COMPARTIR Y FIDELIZAR (SHARING & LOYALTY)

PUBLICA RESEÑAS, RECOMIENDA A OTROS, VUELVE EN EL FUTURO.

🔑 CLAVE DEL ÉXITO: INCENTIVAR VALORACIONES, PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN, CONTACTO POST-VISITA.

# CUSTOMER JOURNEY IN SITU

## CUSTOMER JOURNEY EN EL RESTAURANTE

### **1 LLEGADA Y PRIMERA IMPRESIÓN**

AMBIENTE, DECORACIÓN, RAPIDEZ EN LA ACOGIDA.

🔑 CLAVE DEL ÉXITO: ATENCIÓN AMABLE, ESPACIO ACOGEDOR, TIEMPOS DE ESPERA CORTOS.

### **2 ELECCIÓN Y PEDIDO**

EXPLORA EL MENÚ, CONSULTA DUDAS, REALIZA EL PEDIDO.

🔑 CLAVE DEL ÉXITO: CARTA CLARA, FOTOS ATRACTIVAS, RECOMENDACIONES DEL PERSONAL.

### **3 CONSUMO Y EXPERIENCIA**

DISFRUTA LA COMIDA, AMBIENTE, SERVICIO.

🔑 CLAVE DEL ÉXITO: CALIDAD DEL PLATO, TIEMPOS ADECUADOS, ATENCIÓN CONSTANTE SIN SER INVASIVA.

### **4 PAGO Y DESPEDIDA**

RECIBE LA CUENTA, PAGA Y SE DESPIDE.

🔑 CLAVE DEL ÉXITO: MÉTODOS DE PAGO FÁCILES, DETALLES FINALES (INVITACIÓN, DESCUENTO PARA VOLVER).

### **5 OPINIÓN Y COMPARTIR**

COMPARTIR SU EXPERIENCIA EN REDES Y RESEÑAS.

🔑 CLAVE DEL ÉXITO: MOTIVAR RESEÑAS, RESPONDER COMENTARIOS, FIDELIZAR CON PROMOCIONES.



COMUNICACIÓN ONLINE

# *Presencia online*

**1**

**GOOGLE MY BUSINESS**

**2**

**REDES SOCIALES**

**3**

**PÁGINA WEB- BLOG**

# GOOGLE MY BUSINESS

Google  X    

Todo [Imágenes](#) [Videos](#) [Noticias](#) [Productos](#) [Web](#) [Libros](#) [Más](#) [Herramientas](#)

 **Tu empresa en Google**  
4 interacciones con clientes

Eficacia del perfil  [Completar información](#)

[Editar perfil](#) [Leer reseñas](#) [Fotos](#) [Rendimiento](#) [Anuncios](#) [Actividades](#)

[Editar produ...](#) [Editar servici...](#) [Reservas](#) [Preguntas y r...](#) [Añadir noved...](#) [Solicitar rese...](#)

**Bloguera Viajera**

[Sitio web](#) [Guardar](#)

5,0  10 reseñas 

 Gestionas este Perfil de Empresa 

**Horario:** Cerrado · Apertura: 9:00 (sáb) ▾

[Editar la información de empresa](#)

**Completa tu perfil** 

Añade detalles para que más clientes descubran tu empresa

**Crea un anuncio** 

Promociona tu empresa anunciándola en Google

**Consigue más reseñas** 

Comparte tu formulario de reseña con clientes que han visitado tu empresa

Añ   
 Cc   
 de   
 >



The screenshot shows a Google Business Profile for 'Bloguera Viajera'. At the top left is a photo of a building with a 'Ver fotos' button. To its right is a map with a red location pin. Below the photo and map, the business name 'Bloguera Viajera' is displayed, along with 'Sitio web' and 'Guardar' buttons. The profile has a 5.0 star rating from 10 reviews. The operating hours are listed as 9:00–17:00 for all days of the week. Below the hours are links for 'Sugerir nuevos horarios', 'Sugerir un cambio', 'Añadir información que falta', and 'Añadir número de teléfono del lugar'. There is also a 'Preguntas y respuestas' section with a 'Haz una pregunta' button and an 'Enviar a tu teléfono' button. At the bottom, it states 'Las reseñas no se verifican'.

**Bloguera Viajera**

Sitio web Guardar

5,0 ★★★★★ 10 reseñas ⓘ

**Horario:** viernes 9:00–17:00  
sábado 9:00–17:00  
domingo 9:00–17:00  
lunes 9:00–17:00  
martes 9:00–17:00  
miércoles 9:00–17:00  
jueves 9:00–17:00

[Sugerir nuevos horarios](#)

[Sugerir un cambio](#)

[Añadir información que falta](#)  
[Añadir número de teléfono del lugar](#)

Preguntas y respuestas  
[Ver todas las preguntas \(1\)](#) [Haz una pregunta](#)

[Enviar a tu teléfono](#) [Enviar](#)

Las reseñas no se verifican ⓘ

1

**ACTUALIZAR DIRECCIÓN Y HORARIO**

2

**INFORMAR DE FESTIVOS Y CIERRES**

3

**PROMOVER PRIMERO Y DESPUÉS RESPONDER COMENTARIOS Y RESEÑAS**

# ***ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES BÁSICA***

**1**

**EN QUÉ REDES SOCIALES  
ESTOY**

**2**

**QUIÉN LAS LLEVA**

**3**

**CÓMO LAS LLEVA**

# 1. MI PUNTO DE PARTIDA

## MI BIOGRAFÍA

El mensaje de marketing en tu biografía

Quién eres y a qué te dedicas exactamente

A quién ayudas

Para qué lo haces

(Dónde estás)

links

**No mezclamos churras con merinas**

## FEED (IMAGEN DE MARCA)

Nombre y foto de perfil

Biografía

Gama cromática

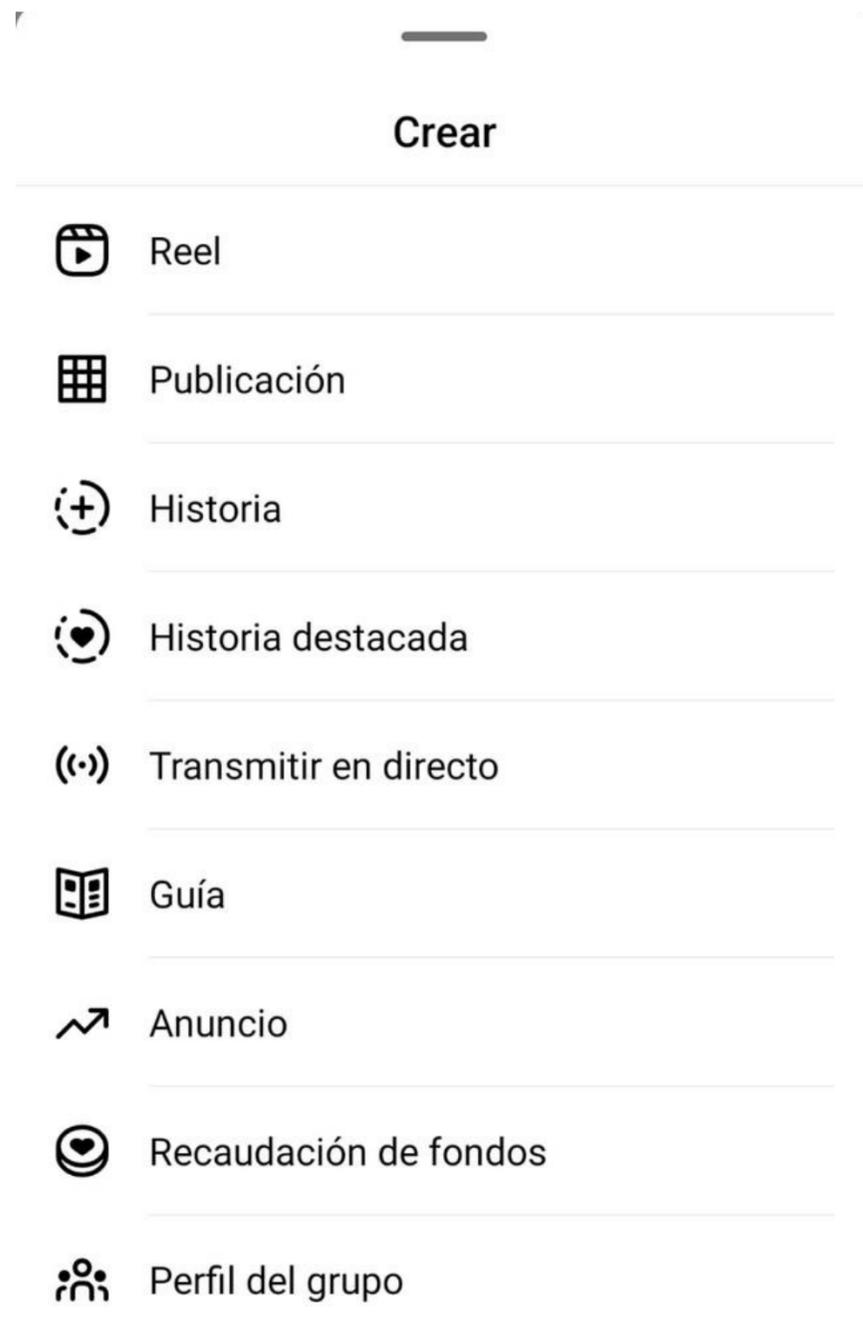
Estilo definido y coherente

(filtros)

Tipos de letra



# Tipos de publicación y función



## POST

Publicaciones fijas en el perfil. El escaparate.

## REEL

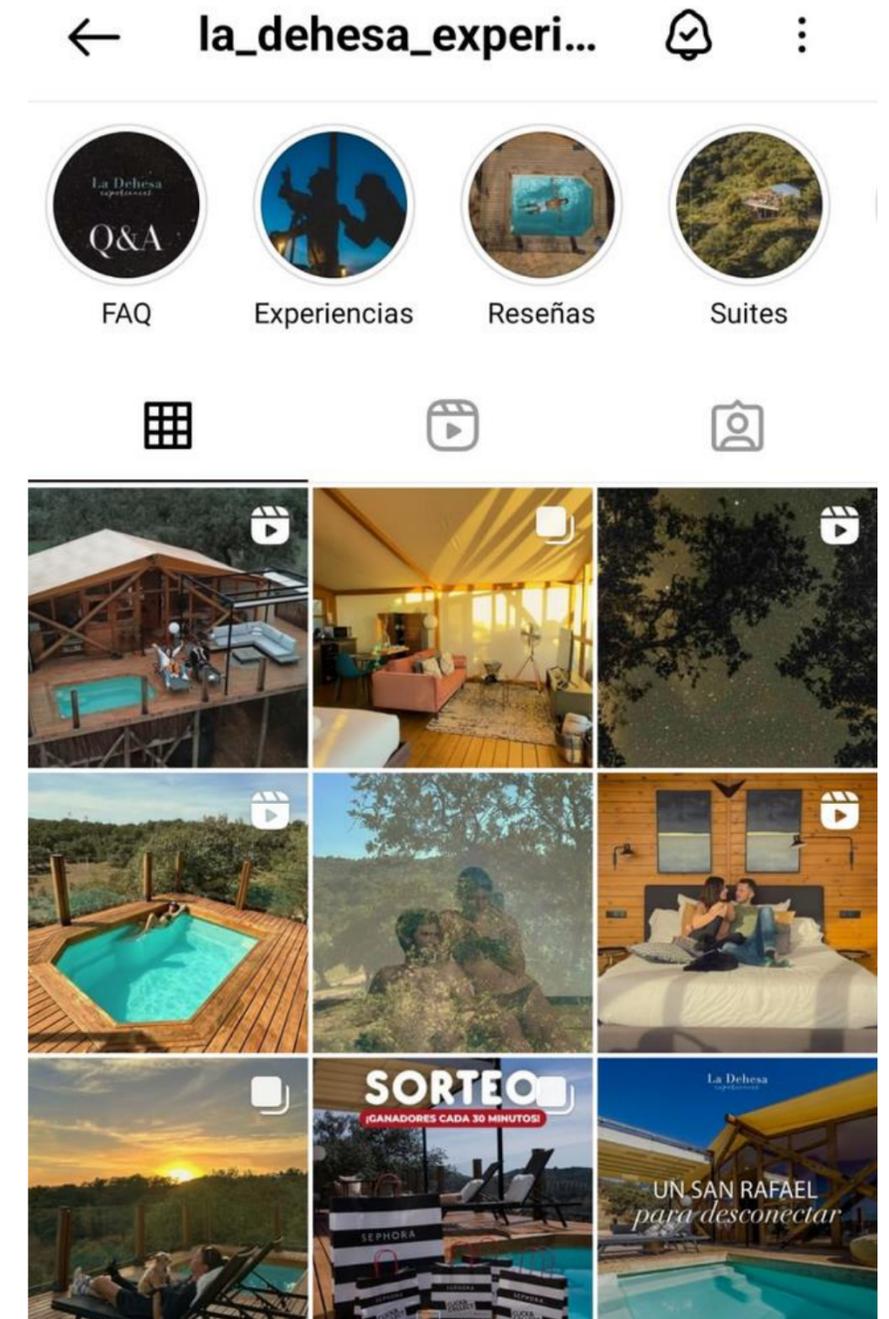
Video que queda fijo y tiene más alcance.

## CARRUSEL

Hasta 10 imágenes con contenido de valor y llamativas.

## HISTORIAS

Duran 24 horas. Humanizan tu marca. Más espontáneos. Pueden quedar en destacadas



# ENERO 2025



Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2 Aniversari o Blog+ SORTEO	3	4	5	6 Reyes Magos	7	8
9 Comienz a el colegio Día del ascenso en globo USA	10	11	12	13	14 Día Int de la Cometa	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26 Día de la Ed Ambiental	27	28	29
30	31					

# *BÁSICOS DEL COPYWRITING*

## STORYTELLING



### Def RAE:

En español es **el arte de contar/fabricar historias y relatos**

Storytelling para crear vínculos emocionales, para crear una historia inolvidables,

## COPYWRITING



### Def Maider:

El copywriting es la técnica de redactar textos persuasivos con el propósito de incitar a una acción específica, como la compra de un producto, una reserva o una suscripción

## CTA



### Call To Action

# Formación:

Formación y actualización





CUSTOMER SERVICE/ CUSTOMER  
JOURNEY

ESTRATEGIA EN REDES  
SOCIALES

COMUNICACIÓN DE MARCA

FORMACIÓN  
PRESENCIAL/NETWORKING

# *Cómo implementamos nuestra estrategia*

Cómo llego donde quiero ir

## *Empezamos a trabajar*



# *¿Lo hemos conseguido?*

"Un objetivo sin un plan no es más que un deseo".

# Mis objetivos

## SMARTE

**Objetivo:** qué quiero conseguir

**Estrategias:** cómo lo voy a conseguir

**Acciones:** qué voy a hacer

**Kpis:** Cómo lo voy a medir

**Ejemplo de 3 objetivos hasta verano:**  
Aumentar un 20% las reseñas positivas  
en Google.

Publicar 3 veces por semana en  
Instagram.

Ofrecer material informativo digital a  
los clientes.

1

**PLAN DE ACCIÓN DE MI  
CUSTOMER JOURNEY**

2

**ESTRATEGIA EN REDES**

3

**GOOGLE MY BUSINESS**

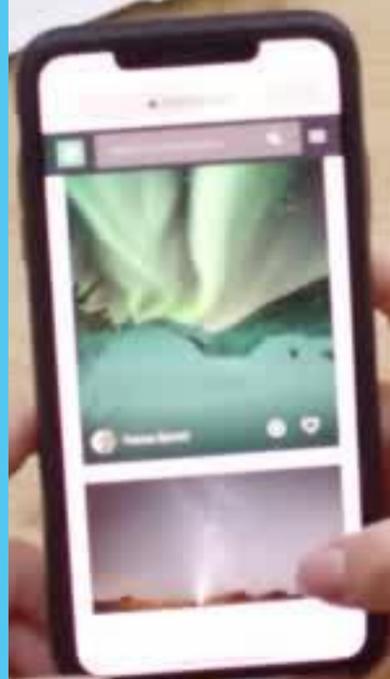


# ¿Y después qué?

Constancia y regularidad, pero  
estrés free.

Estamos en una carrera de  
fondo.

**MEDIR LOS RESULTADOS y  
REVISAR EN QUÉ PUNTO  
ESTAMOS EN NUESTRO PLAN  
DE ACCIÓN**



# *CONCLUSIONES CLAVE*

**1**

**SI NO SE COMUNICA NO EXISTE**

**2**

**LA IMPORTANCIA DEL CUSTOMER JOURNEY**

**3**

**UN OBJETIVO SIN UN PLAN NO ES MÁS QUE UN DESEO**



Comarca  
Valle del  
Guadalhorce  
Donde  
Brotó la Vida



# MUCHAS GRACIAS POR VUESTRA ATENCIÓN



BLOGUERA VIAJERA



Valle del Guadalhorce  
Grupo de Desarrollo Rural



UNIÓN EUROPEA



Junta de Andalucía  
Consejería de Agricultura,  
Pesca, Agua y Desarrollo Rural





## CONTACTA CON NOSOTROS

Lucía Salmerón  
@blogueraviajera

Correo  
infoblogueraviajera@gmail.com

Teléfono:  
676.457.447

BLOGUERA VIAJERA

