

I JORNADA DIVULGATIVA SOBRE VÍAS VERDES DE ANDALUCÍA: *EL IMPACTO DEL CICLOTURISMO Y LAS VÍAS VERDES*



*CLAVES PARA DESARROLLAR PRODUCTO TURÍSTICO EN
TORNO AL CLICLOTURISMO*

*Chus Blázquez Sánchez Rutas Pangea
@chuspangea*



Unión Europea
Fondo Europeo
de Desarrollo Regional



Agencia de Obra Pública de la Junta de Andalucía
CONSEJERÍA DE FOMENTO Y VIVIENDA



El proceso de creación de la oferta turística

Utilización de los recursos
(Naturales, históricos, culturales, de ocio)

+

Servicios, equipamientos e infraestructuras

=

Productos turísticos

+ Precio + Distribución + Comunicación

=

OFERTA TURÍSTICA

ANTES

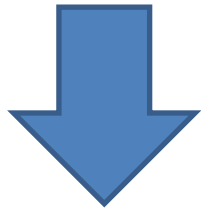
Producto Turístico Básico



Oferta poco diferenciada,
pocos productos en el
mercado

- RECURSOS +
- SERVICIOS

Clientes más experimentados



SEGMENTACIÓN

AHORA

Producto Turístico Básico



Oferta ampliada,
necesitamos más
productos en el mercado

- RECURSOS +
- SERVICIOS +
- ACTIVIDADES +
- EXPERIENCIAS

Ya es una demanda del sector.

hosteltur.com

HOTELES

AGENCIAS Y TUOPERADORES

TRANSPORTES

TURISMO Y ECONOMÍA

OTRAS

Jueves 23 Enero 2014 - Diario nº 3920

ÚLTIMAS

HEMEROTECA

TARIFAS

SUSCRÍBETE

EMPLEO

CO



NOTICIAS DE HOTELES / ACTUALIDAD HOTELERA

Foro Exceltur

Los hoteleros piden menos inversión en promoción y más en producto

Disienten en la necesidad de un plan estratégico de turismo a nivel nacional

22 ENERO, 2014

COMPARTIR



53



24



298



Agencia de Obra Pública de la Junta de Andalucía
CONSEJERÍA DE FOMENTO Y VIVIENDA





**Conocer a nuestro cliente.
¿De dónde viene, que quiere hacer...?
Es fundamental para el diseño del producto.**

Tenemos que pensar en las **PERSONAS** cuando diseñamos el producto que ofrecemos.





¿QUÉ NECESITAN?





Lo más importante:
Un camino que recorrer.



Itinerarios seguros





Información evocadora

Paisajes singulares





Y algunas necesidades especiales.



Intermodalidad



©ADFC/NRW



Allgemeiner
Deutscher
Fahrrad-Club

Bett & Bike



Bikefriendly
We like cyclists!



Disfruta de las rutas de carretera y de montaña que Bikefriendly te propone.

En nuestro espacio podrás encontrar diferentes fichas técnicas especificando el nivel de dificultad, kilometraje y altitud.







Diseñemos producto...



Tenemos que pensar en productos elaborados.

No vender sólo servicios sueltos.

Nos tenemos que apoyar en los elementos más diferenciadores de nuestro territorio, aquellos recursos que tenemos que son únicos, singularidades locales.

¿Conoces las diferentes razones que llevan a los turistas a viajar a tu destino?

¿Cuáles son los atractivos más singulares y locales de tu destino?



- Trata de mejorar tus productos con lo que te cuenten los clientes.
- El precio forma parte fundamental del producto, revisa, compara y diseña estrategias en función del cliente, la época del año, las fiestas que originan puentes y la posibilidad de estancias más largas.

¿Te has planteado colaborar con otras empresas cercanas para elaborar productos conjuntos?

¿Has estudiado que ofrecen otras empresas y operadores en tu destino?

¿Puedes asociar tu oferta con marcas reconocidas?

Hay que ofrecer experiencias, buscar emocionar a nuestros clientes.

Tenemos que ofrecer productos con componentes locales pero asociarlos a marcas reconocidas por nuestros clientes.

¿Puedes incorporar más productos locales en tus servicios?

Crear nuevos productos y posicionarlos en el mercado es un proceso que lleva tiempo: ¡¡HAY QUE PONERSE MANOS A LA OBRA YA!!



Se Necesitan
CLIENTES
Con o sin
Experiencia





El marketing comienza con la concepción del producto.



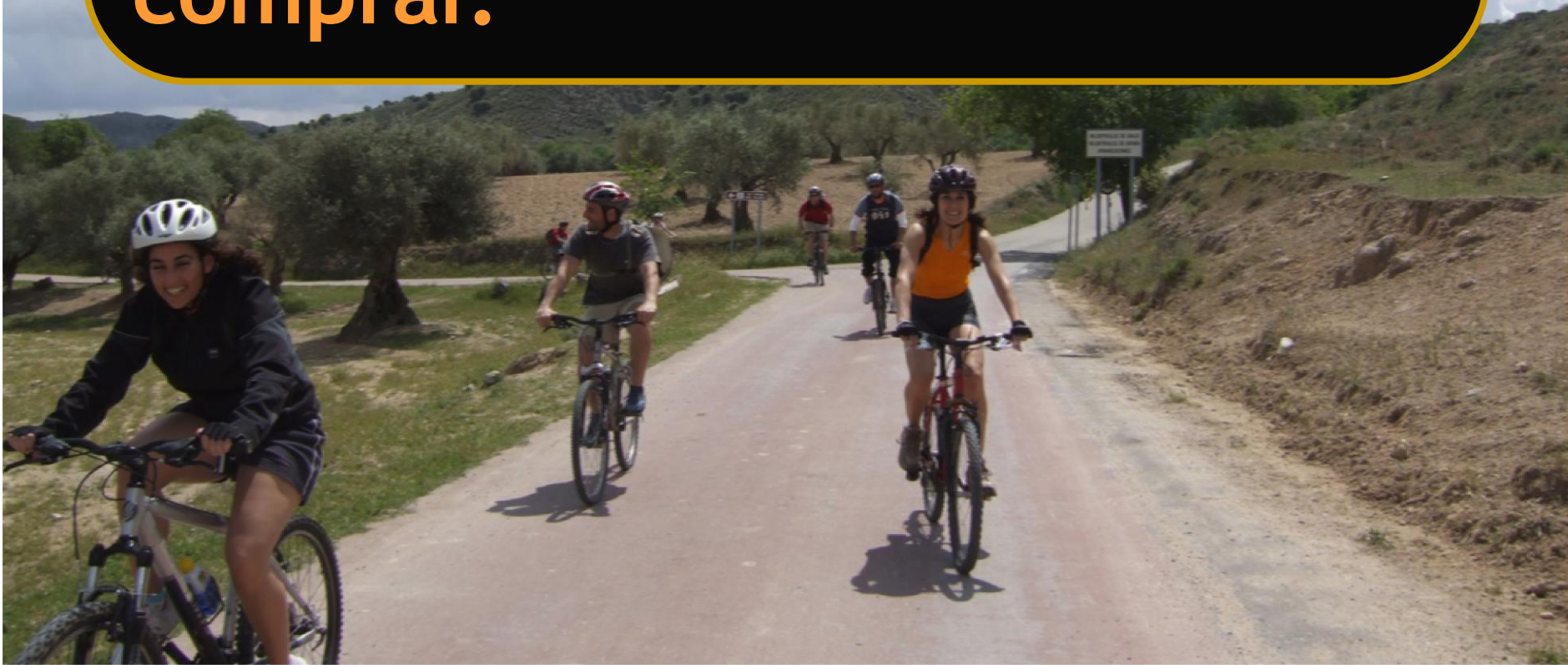
La mejor estrategia es basarse en un buen producto...

Y la interpretación nos ayuda a crear productos memorables, emocionantes.



Hay que estar en el pensamiento de la gente cuando decide donde quiere “ir” o “que” quiere hacer.

Después hay que estar en el escaparate donde la gente elige cuando se decide a comprar.



Y hoy ese escaparate pasa por aquí:



Picasa

nickr™

trivago



metacafe



ATRAPALO.COM



BOOKING.COM
online hotel reservations



HOLIDAYCHECK



Agencia de Obra Pública de la Junta de Andalucía
CONSEJERÍA DE FOMENTO Y VIVIENDA



Necesitamos
más **producto**
turístico y
mejorar la
comunicación
de los
productos
disponibles





Segmentando, ofreciendo diferentes productos a diferentes clientes



LAS VÍAS VERDES CUBREN TODAS ESTAS NECESIDADES

Para cumplir nuestro principal objetivo: la *satisfacción* del visitante.





El camino está en emocionar.





Ahora nuestra tarea es posicionarnos en los mercados europeos.



**Colaborar con los TT00.
Aprender de los casos de éxito y
de los productos más demandados**

Necesitamos personas que **amen** lo que hacen



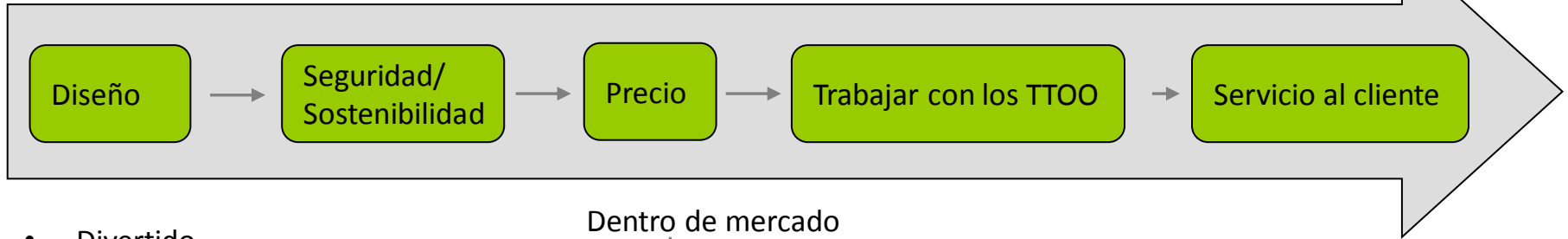
Creando redes.
Estableciendo alianzas.
Trabajando juntos.





**Con un producto que apuesta
claramente por el ecoturismo
y el turismo responsable**

CONCLUSIONES



- Divertido
 - Instructivo
 - Interactivo
 - Memorable
 - Único
 - Respetuoso
- con la población Local
- ↓
- Satisface las necesidades de los turistas**

Dentro del marco legal

↓

Identificar riesgos

↓

Minimizar riesgos

↓

Información clara, precisa y relevante

Dentro de mercado

↓

Competitivo

↓

Relación calidad-precio

↓

Calidad vs Lujo

↓

Debe ser beneficioso para todos

Habilidades de comunicación

↓

Web funcional

↓

Profesional

↓

Gestión empresarial

↓

Rápido

↓

Básico causar una buena primera impresión

Calidad

↓

Atención a los detalles

↓

Escucha activa

↓

A tiempo

↓

Coherente

↓

Generar confianza



MUCHAS GRACIAS

www.rutaspangea.com
chus@rutaspangea.com
@chuspangea
Rutas Pangea Facebook