

Fidelización y personalización, las próximas claves del marketing

HOSTELTUR • 17-04-2008

Las nuevas herramientas de marketing y la existencia de un cliente muy informado y exigente, convertirán a la fidelización y la singularización en los ejes fundamentales de la nueva promoción turística. Así lo consideraron los contertulios de anoche en HOSTELTUR TV.



Susanna Sciacovelli, directora del Instituto Balear de Turismo (Ibatur); Ralf Meister, director de Marketing de Arabella Starwood Hotels & Resorts; David Romero, director de la agencia de publicidad Nimbus; y Olga Hoyal, directora de Marketing de Golf Park Puntiró, analizaron las claves de la actual promoción turística y los cambios que se han dado en esta disciplina en los últimos años.

La revolución de internet

Todos coincidieron en que la irrupción de Internet ha removido las bases del marketing completamente, planteando nuevas exigencias, canales y metas. La directora del Ibatur manifestó cómo la promoción pública había incorporado un nuevo objetivo que hace unos años no se planteaba: llegar al cliente final sin intermediarios. Los contertulios coincidieron en valorar esta novedad como imprescindible para empresas y organismos promocionales, sin que ello signifique que se tenga que dejar de lado el canal tradicional de las agencias y los turoperadores. Diversificar canales de promoción y aunar esfuerzos entre empresas y con la iniciativa pública, parecen ser las claves del éxito.

Meister y Hoyal pusieron de manifiesto la necesidad de que en tiempos de crisis o de incertidumbre económica, el esfuerzo de las empresas en marketing no sea recortado, sino todo lo contrario. Sin embargo, Romero apuntó que aunque la teoría es así, en la práctica una de las primeras partidas que recortan las instituciones y las empresas, ante la incertidumbre económica, es la dedicada a la publicidad.

Menos intermediarios y mensaje personalizado

Respecto a los retos de la promoción y el marketing en un futuro muy próximo, Ralf Meister puso el acento en la necesaria fidelización de los clientes y la personalización de las campañas aprovechando las nuevas tecnologías; Olga Hoyal apuntó la importancia en la singularización del mensaje, tanto en el contenido como en la forma de llegar al cliente; David Romero también apostó por una comunicación directa con el cliente que requiere más esfuerzo, aunque no despreció los canales genéricos que son todavía mayoritarios; y Susanna Sciacovelli explicó que desde el Ibatur, el reto sería crear una promoción superespecializada por productos y por islas y llegar al consumidor final.

HOSTELTUR TV se emite de nuevo este sábado a partir de las 20:05 horas a través del Canal 4 de Mallorca.

Esther Mascaró (tv@hosteltur.com)