

¿CÓMO ATRAER CLIENTES SENDERISTAS A NUESTRO ALOJAMIENTO?

Gonçal Portabella

Walking Festival Ameixial Abril- 2018

|T|urística

**Para atraer clientes senderistas
debemos ofrecer
lo que ellos necesitan**

Atraer clientes senderistas

|T|urística

- # ¿Qué es el senderismo?
- # ¿Quiénes son los senderistas?
- # ¿Cómo realizan el senderismo?
- # ¿De donde vienen los senderistas?
- # ¿Porqué andan en sus vacaciones?
- # ¿Cuando vienen a caminar?

Nuestros clientes >>>

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Nuestros clientes >

¿Qué es el senderismo?

El senderismo es una **práctica deportiva**, adscrita a la FEDME, que se desarrolla preferentemente por la red viaria tradicional y que está enfocada a todas aquellas personas que les guste caminar.

www.fedme.es

Es la actividad que permite conocer un país, su cultura su historia y su paisaje natural y humano atravesándolo **a pie por caminos señalizados**. www.feec.org

El senderismo es una **actividad lúdica de relación pausada con el entorno**.

El balizamiento de los caminos permite su práctica, reduce el factor de riesgo y peligro que comporta la posibilidad de perderse. Rafael López-Monné

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Conocer a nuestros clientes >

Características del senderismo

Ausencia de dificultades importantes

No es necesario una gran forma física, el uso de equipamiento especializado ni el conocimiento de técnicas de progresión específicas (de escalada o alpinismo)

Motivación

Pasan a segundo término los motivos deportivos y técnicos. La motivación principal es el conocimiento del territorio y su patrimonio natural, histórico y cultural.

El recorrido, el propio camino también constituye un elemento básico de la actividad.

Practicantes

Se trata de una actividad al alcance de un público muy amplio, de todas las edades y que tengan una mínima forma física.

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Conocer a nuestros clientes >

Estamos hablando de senderismo?



Senderismo - walking

Senderismo cultural

Educación ambiental

Atraer clientes senderistas

|T|urística

¿Quiénes son nuestros clientes?

Necesitamos segmentar los clientes para poder enfocar nuestras estrategias.

Tipo de segmentación sencillas de entender y de implementar:

- por el ciclo de vida familiar
- por el nivel de participación
- por la situación comercial

Muchas veces, segmentamos mediante la combinación de dos o más criterios

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Segmentación por el ciclo de vida familiar

- Jóvenes, individuales o parejas (25-30 años) (SINK y DINK)
- Adultos / Parejas con hijos pequeños de 0-8 años (Pank *)
- Adultos / Parejas con hijos pequeños de 9-14 años
- Adultos / Parejas con hijos jóvenes de 15 a 23 años
- Adultos / Parejas con hijos independientes + de 23 años
- Adultos / Parejas de 50-55 años sin hijos en casa (nido vacío)
- Pre-jubilados y Retirados (golden age, woofers)
- Supervivientes (viudo - viuda)

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Segmentación por el nivel de participación

El hecho diferenciador es la intensidad de su participación

participación intensa

Demandan un nivel mucho más intenso de información, participación, a menudo de carácter técnico, etc

participación moderada

Se pueden implicar en nuestra actividad si ofrecemos las condiciones adecuadas para hacerlo

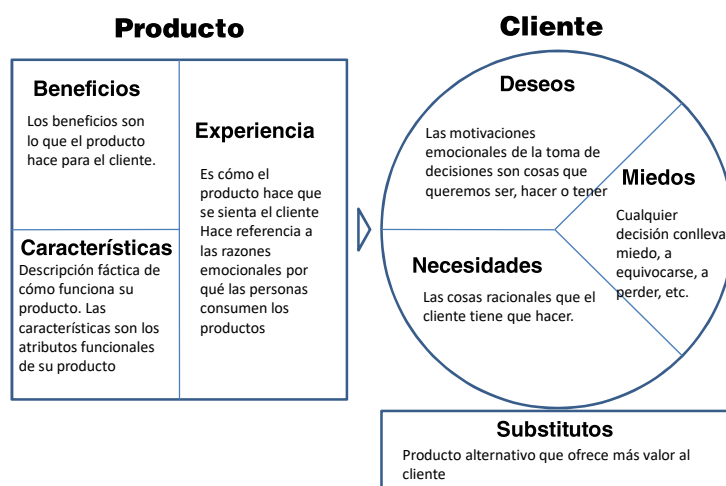
participación baja

Establecen un vínculo muy superficial con nuestras actividades, a menudo pasivo.

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Herramienta para conocer los clientes



<http://www.peterjthomson.com/2013/11/value-proposition-canvas>

Atraer clientes senderistas

|T|urística

- # ¿Por qué quiero alojar senderistas?
- # ¿Mi alojamiento esta preparado para alojarlos?
- # ¿Qué voy a ofrecer a los senderistas?
- # ¿Cuál va a ser nuestro rol con los senderistas?
- # ¿Cómo analizaré si su estancia ha sido positiva?

Nuestra oferta >>>

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Requerimientos para especializarse

FUNDAMENTOS DEL SELLO DE CALIDAD

- **Aumentar la empatía** hacia los senderistas y los cicloturistas
- **Mejorar los procesos** de la prestación de los servicios
- **Favorecer el rol de especialista local** de los propietarios, directores y gerentes de alojamientos
- **Asegurar la existencia de equipamiento especializado** para senderista o cicloturistas en cada alojamiento

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Requerimientos para especializarse

La acreditación Benvinguts

La acreditación de Bienvenidos incide en 9 ámbitos:

1. permisos
2. botiquín
3. elementos informativos
4. información meteorológica
5. Equipamiento de los establecimientos
6. alimentación
7. dinamización
8. Implicación en el territorio
9. formación

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Requerimientos para especializarse

1. PERMISOS

Los alojamientos deben cumplir los requisitos de apertura establecidos por cada comunidad autónoma y disponer de los seguros correspondientes de accidentes personales y / o responsabilidad civil.

2. BOTIQUIN

En la práctica del senderismo o cicloturismo es habitual hacerse alguna herida o tener algún accidente.

Es necesario disponer de botiquín especializada para atender pequeñas heridas .

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Requerimientos para especializarse

3. ELEMENTOS INFORMATIVOS

Incluye los elementos que facilitan la práctica del senderismo o del cicloturismo tanto a personas que ya vienen con esta intención como aquellos que se animan a practicarlo en el momento de llegar al destino.

Tener esta información permite proponer rutas tanto en el entorno próximo, como en el ámbito comarcal.

Biblioteca - cartoteca de la zona

"Rutoteca": sugerencias de rutas para descubrir y disfrutar del entorno

Información práctica de la zona

4 . INFORMACIÓN METEOROLÓGICA

La previsión meteorológica no sólo ayuda a mejorar la satisfacción del senderista o cicloturista, sino que también contribuye a evitar accidentes innecesarios.

Es necesario disponer de previsiones actualizadas a dos o tres días vista.

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Requerimientos para especializarse

5. EQUIPAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS

Los senderistas y cicloturistas invierten mucho dinero en su equipamiento técnico. Este material (ropa, botas, etc.) puede llegar a ser muy caro, por lo que es importante facilitar espacios y equipos para su cuidado.

Espacio para cuidar el material deportivo o técnico de los usuarios

Elementos para la limpieza de las botas y otro material deportivo antes de entrar en el establecimiento

Estrategia para secar la ropa y el calzado

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Requerimientos para especializarse

6. ALIMENTACIÓN

La alimentación es un apartado muy importante para las personas que realizan una actividad física. Hay que estar preparados para ofrecer una propuesta atractiva ya la vez nutritiva y equilibrada.

Bienvenida: refresco / bebida caliente

Alimentación equilibrada para la práctica de ejercicio y para dietas (vegetarianos, celíacos, etc.)

Horarios adaptados a la práctica del senderismo

Estrategias para poder servir comidas fuera de los horarios establecidos

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Requerimientos para especializarse

7. DINAMIZACIÓN

Los alojamientos juegan un rol muy importante a la hora de promover la práctica del senderismo o del cicloturismo en la zona.

Saber informar personalmente de los itinerarios de la zona.

Animar / dinamizar los clientes de las actividades que se llevan a cabo en el municipio y en el resto de la comarca.

organizar actividades

Facilitar los servicios para complementar las actividades que se proponen.

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Requerimientos para especializarse

8. IMPLICACIÓN EN EL TERRITORIO

Es muy importante que los establecimientos se impliquen tanto en el desarrollo de la estrategia turística de la zona como en la defensa de sus valores naturales, patrimoniales, culturales, etc.

- Disponer de un código de conducta
- actuar sosteniblemente

9. FORMACIÓN

Las acciones formativas deben asegurar la correcta consecución de los criterios de calidad.

- Tener un plan de formación relacionado con las áreas de mejora

Atraer clientes senderistas

|T|urística

La Propuesta de valor

Preguntas:

Sabemos que cada tipo de cliente (segmento) consume nuestros productos?

Estamos comunicando correctamente los beneficios de nuestro producto para cada segmento?

Propuesta de Valor Única (Unique Selling Proposition)

- > Es uno de los elementos fundamentales de la comercialización.
- > Ayuda a los usuarios a considerar la compra nuestros productos o servicios.
- > Declara porque nuestros productos son diferentes, nos diferenciamos de la competencia.
- > Se puede tener una propuesta de valor a nivel de empresa o de producto.

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Ejemplo > Viajar con mascotas



Atraer clientes senderistas

|T|urística

Ejemplo > Viajar con mascotas

Cliente
Deseos
Poder llevarse el perro a las vacaciones
Miedos
No saber si admiten los perros y cómo funcionan.
Necesidades
Confort, espacio, alimentación, espacios para pasear, etc.



Producto
Beneficios
Pasar unas vacaciones con su ser querido: la mascota
Experiencia
Disfrutar sin preocupaciones por el hecho que está todo bien organizado
Características
Información política acogida perros Facilitar lecho y cuencos Pago / gratuidad

Atraer clientes senderistas

|T|urística

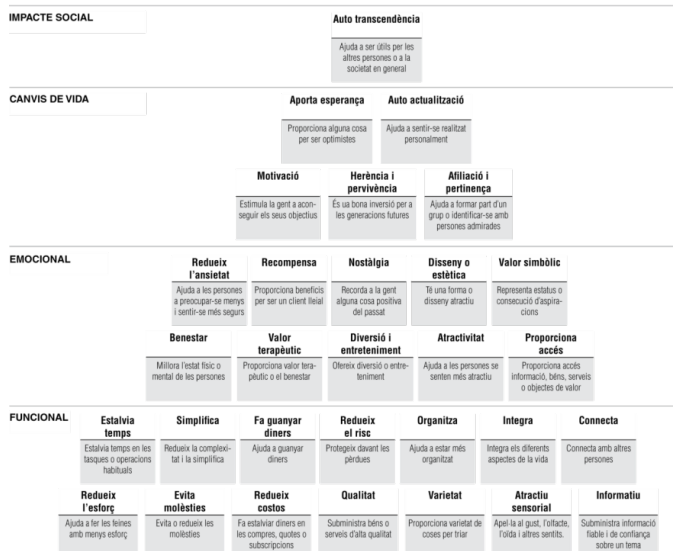
- # ¿Cuál será el valor añadido de nuestra oferta?
- # ¿Cómo nos diferenciaremos de nuestra competencia?
- # ¿Cómo comunicaremos nuestra singularidad?

Nuestro posicionamiento >>>

Atraer clientes senderistas

|T|urística

La pirámide de los elementos de valor



Atraer clientes senderistas

|T|urística

Sistema de comunicación

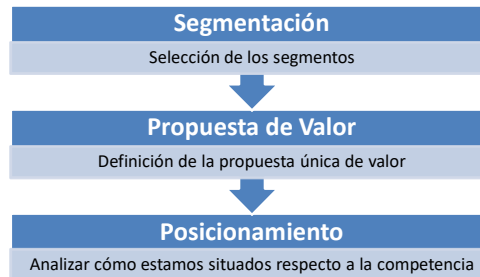
El ciclo de consumo es compleja y debemos establecer una estrategia de comunicación pensada para cada uno de estas etapas.



Atraer clientes senderistas

|T|urística

Nuestro posicionamiento >



La curva de valor (Strategy Canvas)

La curva de valor, o el Strategy Canvas, es una manera de representar gráficamente la dinámica competitiva del mercado actual, centrándose en la percepción de valor que aporta cada actor desde el punto de vista del cliente.

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Herramienta de posicionamiento

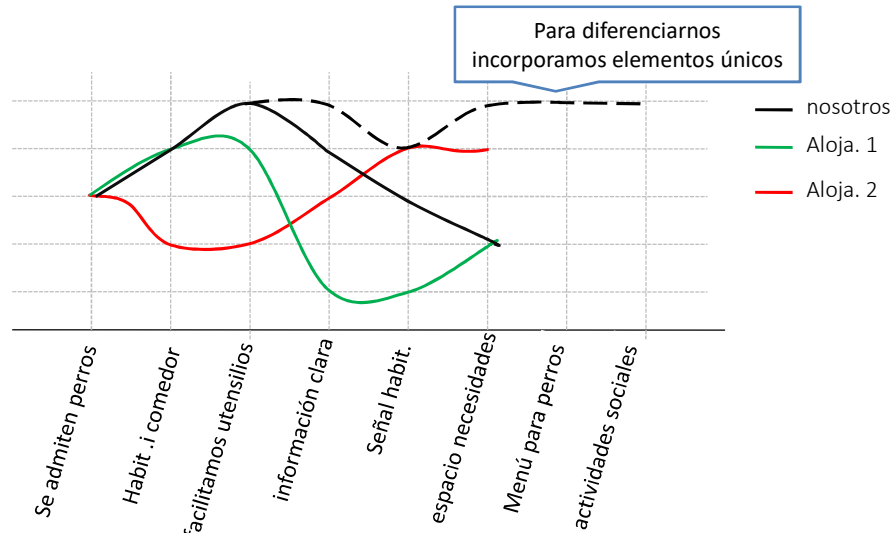
La curva de valor (Strategy Canvas)

La curva de valor, o el Strategy Canvas, es una manera de representar gráficamente la dinámica competitiva del Mercado actual, centrandose en la percepción de valor que aporta cada actor desde el punto de vista del cliente.

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Herramienta de posicionamiento



Atraer clientes senderistas

|T|urística

- # ¿Sabemos que está pasando a nuestro alrededor?
- # ¿Podemos prever la evolución de lo que está pasando?
- # ¿Cómo afectan estas tendencias en nuestro negocio?
- # ¿Cuánto tiempo necesitaríamos para adaptarnos a una de estas tendencias?

Nuestro entorno >>>

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Segmentación por la situación comercial

Podemos establecer tres grupos de segmentos :

Clientes actuales

Forman el grueso de nuestra clientela y la estrategia para este grupo es mejorar el servicio o características del producto

Clientes potenciales

Son clientes que pueden crecer en número si enfocamos en lo que necesitan.

Clientes futuros

Aunque no son de clientes, pero que con las acciones correctas, los podríamos atraer.

Atraer clientes senderistas

|T|urística

El entorno > Tendencias turísticas

Tendencias generales:

- > Crecimiento mundial del consumo turístico
- > Brexit: miedo por el incremento de precios de las vacaciones
- > Efecto Trump: el 25% de los británicos dispuestos a no viajar a los EEUU
- > P2P: crecimiento de las reservas mediante plataformas de economía compartida
- > Terrorismo e inseguridad
- > Seguridad financiera: selección de los operadores que den seguridad financiera (mediante etiquetas ATOL, ABTA)
- > Quedarse en casa por vacaciones (Staication)
- > Incremento del culto a la salud
- > Incremento del respeto por el medio ambiente y la responsabilidad social (sobre todo en millenials)
- > Turismo accesible

Atraer clientes senderistas

|T|urística

El entorno > Tendencias turísticas

Tendencias de mercados

- > familiar:
 - > Crecimiento de los viajes familiares
 - > Fórmulas familiares variadas (multigeneracionales, unifamiliar, etc)
 - > Difuminación de las barreras generacionales en el comportamiento turístico
- > Aumento de los millenials en el mercado turístico
- > Aumento de viajes sólo mujeres
- > Sostenibilidad del segmento LGTB
- > Incremento de los viajeros asiáticos
- > Arabia: 50% de millenials
- > India: viajes culturales en grupos familiares
- > China: viajes culturales, autenticidad y con incremento de mujeres
- > Aumento en los viajes de aventura (hard y soft) sobre todo en millenials

Atraer clientes senderistas

|T|urística

El entorno > Tendencias turísticas

Tendències de producte:

- > La Experiencia como parte central del viaje
- > Combinar viajes de negocios con el ocio (Bleisure)
- > Trabajar fuera de casa / trabajadores nómadas (Coworkation)
- > Turismo cinematográfico: selección del destino en función de las películas que se han rodado
- > Crecimiento del turismo cultural, gastronómico y enológico
- > Incremento de los viajes relacionados con la salud
- > crecimiento personal
- > espiritualidad
- > mantenimiento físico
- > Spa y belleza
- > comida saludable
- > Equilibrio cuerpo-mente
- > Gamificación del consumo turístico
- > Incremento de los viajeros con perros

Atraer clientes senderistas

|T|urística

El entorno > Tendencias turísticas

Tendències tecnològiques:

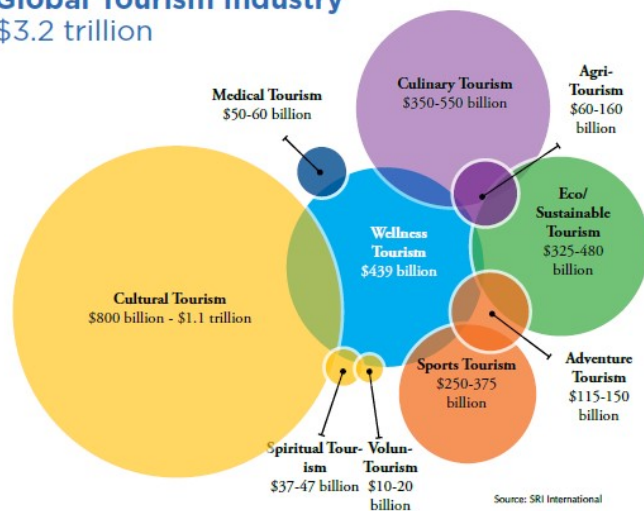
- > Incremento de la importancia de las redes sociales
- > Consolidación del papel de los móviles
- > fotografiar
- > compartir experiencias
- > Reserva de productos
- > Aumento de los chat-bots
- > Uso de la realidad virtual, realidad aumentada, etc.
- > Importancia de los comentarios, testimonios y revisiones de otros usuarios

Atraer clientes senderistas

|T|urística

El entorno > Tendencias turísticas

Global Tourism Industry \$3.2 trillion



Atraer clientes senderistas

|T|urística

- # Sabem cap a on volem que vagi el nostre negoci?
- # Obtenim els resultats que volem? Perquè?
- # Tenim capacitat d'adaptar-nos en funció dels resultats que obtenim?

Necesitamos una estrategia >>>

Atraer clientes senderistas

|T|urística

Estrategia > Definición

L'Estratègia

Segmentar > Definir objetivos > Establecer posicionamiento

La estrategia se fundamenta en la segmentación, la definición de objetivos para uno o más segmentos seleccionados y finalmente el posicionamiento dentro de estos segmentos (marketing estratégico)

- 1- Segmentación de mercados: es el proceso de dividir el mercado en pequeños grupos de clientes que tienen características identificables similares con el motivo de aproximarnos apropiadamente a estos mercados.
- 2- Objetivos por segmentos: selección proactiva de los mercados o segmentos de mercado con la intención de focalizar al máximo las acciones de comercialización.
- 3- Posicionamiento (de marca o de producto): son las acciones encaminadas a reforzar la percepción de los beneficios y las funcionalidades de nuestros productos en referencia a la competencia para cada segmento objetivo.

La ejecución de la estrategia es un proceso dinámico, donde hay que realizar los experimentos que ayuden a encontrar la combinación perfecta de segmentos, de los objetivos y del posicionamiento.

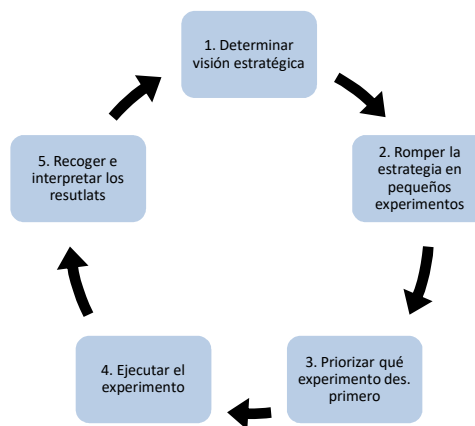
Atraer clientes senderistas

|T|urística

Estrategia > Definición

Metodología agil

1. Desarrollar nuevos productos de manera progresiva con iteraciones incrementales.
2. estructurar cada iteración como una serie de experimentos deliberados para probar que es lo que el mercado está buscando.
3. construir un ciclo de respuesta rápida para canalizar lo aprendido en la nueva iteración.



Atraer clientes senderistas

|T|urística

**MUCHAS GRACIAS
OBRIGADO**

**Gonçal Portabella
info@turistica.cat**

Walking Festival Ameixial Abril- 2018

|T|urística