

Estrategias Avanzadas de Visibilidade Dixital



FORMADORA



Patricia Pérez Giráldez

Experta en comunicación dixital e creatividade cunha ampla experiencia, incluíndo máis de catro anos como Directora de Área en CECUBO Group. Posúe un sólido coñecemento académico cun Máster en Comunicación Especializada da Universidade de Barcelona e un grao en Ciencias Políticas da Universidade de Santiago de Compostela. Ademais, complementou a súa formación cun programa en Marketing Dixital en The Power e conta con certificacións relevantes como Google Analytics e un nivel avanzado de inglés pola Universidade de Cambridge.

Ao longo da súa carreira, ocupou roles estratéxicos en empresas como BIMBA E LOLA e Accenture Portugal, onde se especializou en márketing dixital e análise de datos. A súa habilidade para liderar equipos e desenvolver estratexias de comunicación efectiva permitiulle destacar no seu campo, integrando creatividade e tecnoloxía para lograr resultados sobresaíntes. Patricia é recoñecida pola súa capacidade de adaptación e o seu enfoque multidisciplinario, o que a converte nunha profesional clave na comunicación dixital.

[Máis información](#)

Índice

1

Introducción: Por que a visibilidade dixital é importante?

- Que é a visibilidade dixital e por que importa para o teu negocio
- Exemplos de empresas que creceron grazas á dixitalización
- Diagnóstico rápido: Onde está a túa empresa hoxe?

2

Primeiros pasos: Como empezar no mundo dixital

- Cómo crear unha presenza básica na internet (web, redes sociais)
- Ferramentas sinxelas para empezar (Google My Business, Canva, Mailchimp)
- Consellos para organizar o teu tempo e recursos

3

SEO básico: Aparecer en Google sen complicacións

- Que é o SEO e como axuda a que che atopen
- Como optimizar a túa web con palabras clave sinxelas
- Erros comúns e como evitalos

4

Redes sociais: Conectar cos teus clientes

- Elixir as redes sociais adecuadas para o teu negocio
- Como crear contido útil e atractivo
- Consellos para interactuar coa túa comunidade

5

Publicidade dixital: Anuncios que funcionan

- Que é a publicidade dixital e como funciona
- Como crear campañas simples en Google e Facebook
- Como medir se os teus anuncios están a funcionar

6

Email márketing: Manter o contacto cos teus clientes

- Como crear unha lista de contactos
- Exemplos de emails útiles e fáciles de facer
- Ferramentas gratuítas para enviar correos

7

Analítica básica: Entender o que pasa no teu negocio dixital

- Que é a analítica e por que é útil
- Como ver datos simples en Google Analytics ou Facebook Insights
- Como tomar decisións coa información que tes

8

Estratexia simple: Plan de acción paso a paso

- Como definir os teus primeiros obxectivos dixitais
- Exercicio práctico: Plan de visibilidade para a túa empresa
- Recursos e ferramentas recomendadas para seguir aprendendo

9

Peché: Do medo á acción

- Como superar os medos comúns ao empezar
- Consellos para seguir avanzando sen complicacións
- Preguntas frecuentes e solucións rápidas

Preguntas de Diagnóstico

Cal é a túa presenza dixital actual?

Tes web optimizada? Perfís activos en redes sociais? Apareces en procuras de Google cando os viaxeiros buscan servizos como os teus?

Como che atopan os teus clientes?

Chegan a través de portais de reservas, procuras orgánicas, redes sociais ou recomendacións? Sabes que canles xeran máis conversións?

Que che diferencia da competencia?

Tes unha proposta de valor clara? Como comunicas a túa diferenciación na contorna dixital? Que están a facer mellor os teus competidores?

Mides os teus resultados dixitais?

Utilizas ferramentas de analítica? Coñeces a túa taxa de conversión, orixe do tráfico e comportamento de usuarios na túa web?

Obxectivos xerais da formación

Comprender a Visibilidade Dixital

Entender que é e por que é fundamental para empresas turísticas no mercado actual.

Dominar Ferramentas Básicas

Aprender a usar plataformas esenciais como Google My Business, redes sociais e ferramentas de deseño.

Optimizar o Posicionamento

Aplicar técnicas SEO para aparecer nos primeiros resultados de procura sen depender de publicidade paga.

Crear Campañas Efectivas

Deseñar e executar campañas de publicidade dixital e email marketing que xeren resultados medibles.

Medir e Optimizar

Utilizar analítica dixital para tomar decisións informadas e mellorar continuamente a túa estratexia.

Desenvolver un Plan de Acción

Crear unha estratexia dixital personalizada con obxectivos claros e pasos concretos para implementar.



Introducción: Por Que a Visibilidade Dixital é Importante?

Descobre como a presenza dixital converteuse no pilar fundamental para o éxito das empresas turísticas nun mercado cada vez máis competitivo e dixitalizado.

Qué é a Visibilidade Dixital

Definición

A visibilidade dixital é a capacidade dunha empresa para ser atopada, destacada e seleccionada a través de canles online. En turismo, significa ser relevante, accesible e persuasivo para que os clientes te elixan.

Máis aló de Estar Presente

Non basta con ter unha web ou perfil social. É necesario ser estratéxico en como che posicionas, comunicas e conectas coa túa audiencia obxectivo.



Un Plan Estratégico de Comunicación Dixital é crucial para...

Captación de Clientes

Máis do 75% dos viaxeiros planean e reservan en liña. Sen visibilidade dixital, perdes unha gran parte do mercado potencial.

Reputación e Confianza

Plataformas como Tripadvisor, Google Reviews e Booking.com son factores clave de confianza e publicidade gratuíta.

Competitividade Global

Pequenas empresas poden competir con grandes cadeas mediante SEO, contidos e publicidade dixital efectiva.

Diferenciación

O storytelling e contidos visuais en Instagram ou YouTube te permiten destacar nun mercado saturado.

Como o creamos?

Unha estratexia de comunicación en 4 pasos:

1- Diagnóstico e análise

Antes de planificar, necesitas entender dónde estás.

Inclúe:

- Análise interno (fortalezas, debilidades, recursos dispoñibles).
- Análise externo (competencia, tendencias, público).
- Auditoría de canles dixitais actuais.

2- Definir obxectivos e públicos

Unha estratexia sen obxectivos non pode medirse.

- Establece obxectivos SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes e con tempo).
- Define tus públicos prioritarios: segmentación por intereses, comportamentos, necesidades e plataformas onde están.

3- Deseño da estratexia e tácticas

Mensaxes, tons, estilos de comunicación, canles, rrss, email, web, paid media, calendario de accións, contidos, campañas, recursos necesarios (foto, logos, mensaxes claves)...

4- Medición, seguimento e optimización

En función do obxectivo establecemos que KPIs interésanos medir: alcance, interacción, tráfico, mensaxes privadas... Axustaremos en función de resultados.

Exemplos de Estratexias e Campañas



Google

moritz estrategia comunicacion

Modo IA

Todo

Imágenes

Noticias

Vídeos

Vídeos cortos

Libros

Más

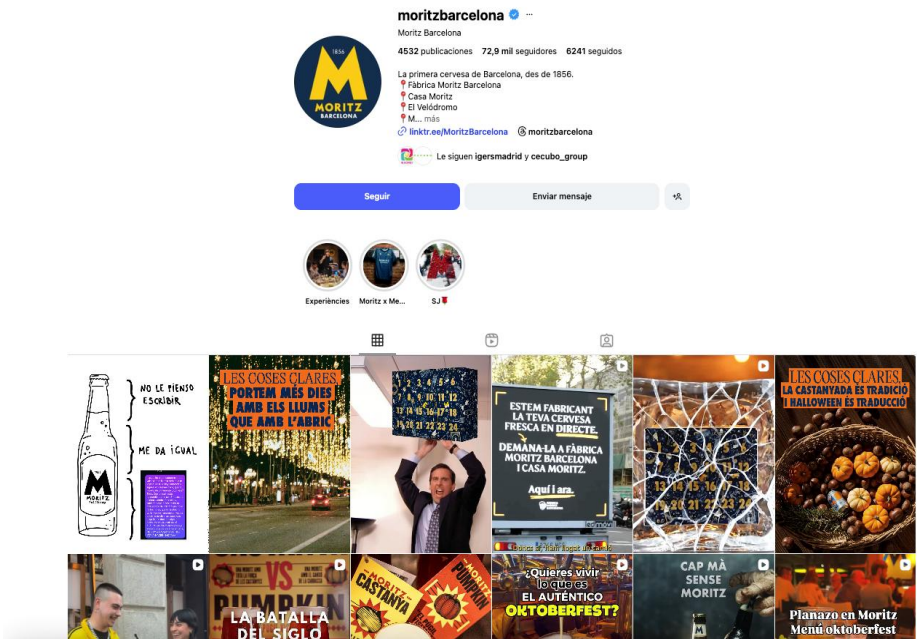
Herramientas

✦ Vista creada con IA

La estrategia de comunicación de Moritz se centra en la **promoción a través de eventos y patrocinios culturales en lugar de publicidad tradicional**, utilizando contenido audiovisual, local e improvisado en redes sociales. En lugar de enfocarse solo en la marca, mezcla información de la cervecera con elementos culturales y de estilo de vida para conectar con su público objetivo.

Elementos clave de su estrategia:

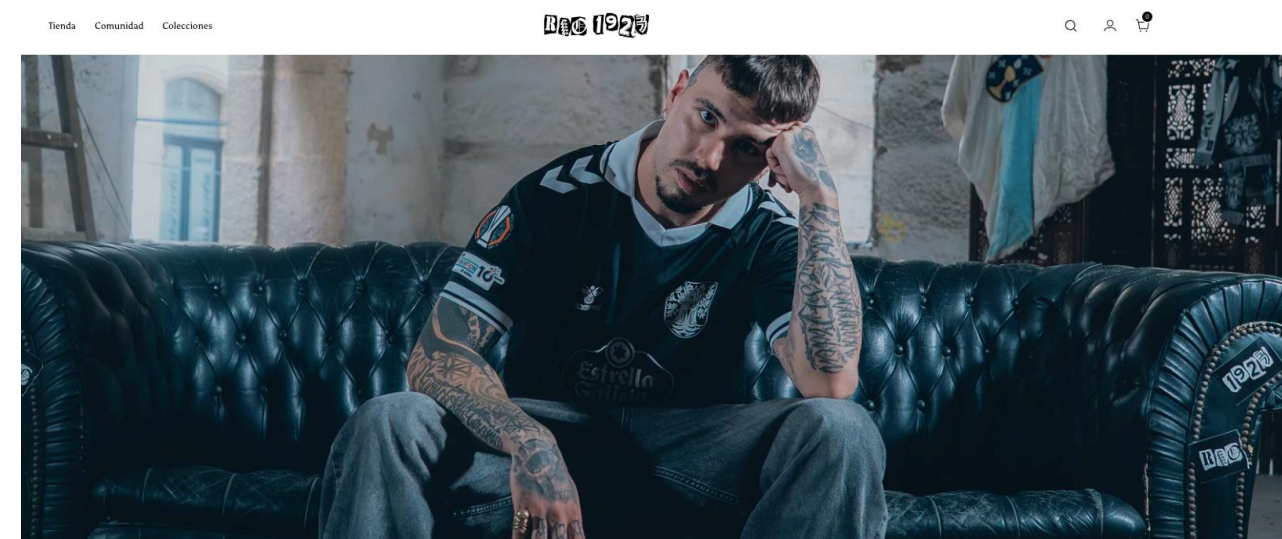
- **Enfoque en el contenido y el consumidor:** Prioriza el mensaje y el contenido que interesa a su público objetivo, en lugar de solo centrarse en los soportes publicitarios.
- **Eventos y patrocinios:** Utiliza patrocinios culturales y eventos para promover la marca, alejándose de los anuncios convencionales.
- **Contenido en redes sociales:** Su contenido es local, improvisado y audiovisual, combinando información de la marca con imágenes históricas y gifs para un tono más orgánico y menos corporativo.
- **Conexión con el estilo de vida:** Se alinea con un estilo de vida cultural y local, construyendo una conexión más allá del producto.
- **Campaña de lanzamiento:** Ha lanzado campañas como "Virra" que buscan reinventar la identidad visual y comunicar una personalidad propia, utilizando conceptos como la fusión de "polos opuestos".



Exemplos de Estratexias e Campañas

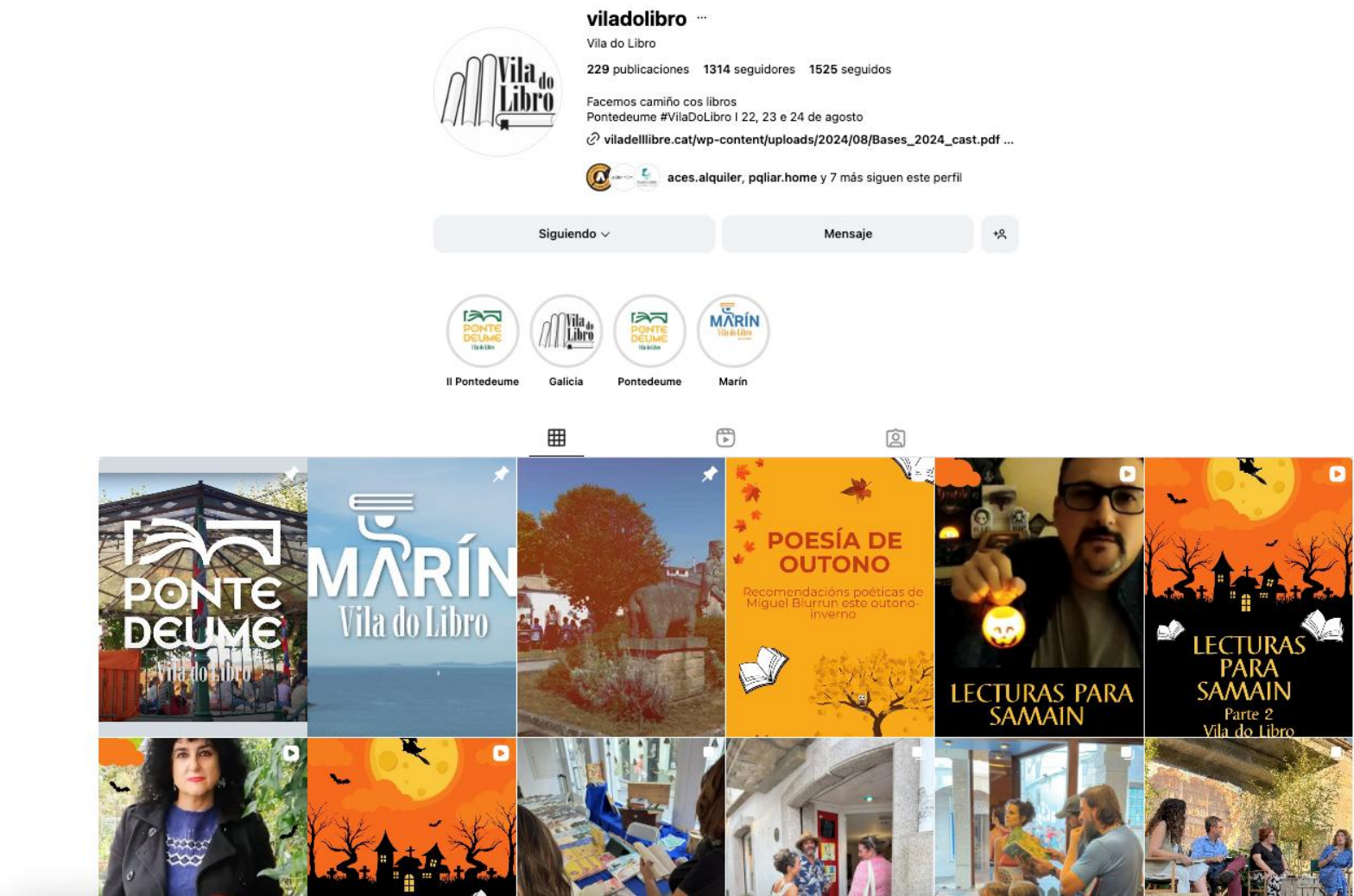


<https://rccelta.es/club/actualidad/el-celta-triunfa-en-los-premios-del-marketing-y-comunicacion-de-galicia/>



<https://rio1923.gal/>

Exemplos de Estratexias e Campañas



<https://www.instagram.com/viladolibro/?hl=es>

Exemplos de Estratexias e Campañas

enfoques.gal Inicio Política Sociedad Cultura Economía Opinión En Foco

Novedades cortada de lunes a viernes por obras a su paso por Ribadeo Una discusión en la Alameda de Santiago termina con un joven apuñalado El Ce

Fresco y del Mar, la empresa gallega que cierra en Black Friday para reivindicar la pesca sostenible

La empresa cerrará su página web el 25 de noviembre y donará a Cáritas Muros el 10% de sus ingresos en los días previos

Redacción Noviembre 22, 2022



La presentación de la campaña "Anti Black Friday" | FRESCO Y DEL MAR

La empresa gallega de pesca artesanal «Fresco y del Mar» impulsa por tercer año consecutivo su campaña «anti-Black Friday», secundada por otros negocios de Muros, donde se encuentra su sede. La firma cerrará su página web este viernes 25 de noviembre, fecha clave de las promociones ligadas al Black Friday, **a pesar de que su única línea de comercialización es la venta online.**

La campaña impulsada por Fresco y del Mar ha calado también en otros negocios de Muros, que tampoco realizarán descuentos en estas fechas. Entre ellos, algunos de los establecimientos donde Fresco y del Mar distribuye sus pescados y mariscos, como el Hotel Restaurante Muradana, el Asador Vila de Muros y el Bar de Tapas O Pouso. También se suman a la iniciativa otros negocios, como Peixes e Mariscos Área Maior, Pastelería Goya y Librería Gallardo. Por último, un año más, la Cofradía de Muros vuelve a apoyar esta causa. **Al igual que**

PUBLICIDAD

Se superas os 300€ en tickets, **agasallámoste con 10€** en decembro.



GADIS
Non aplicable a Gadsine.com

<https://enfoques.gal/costa-da-morte/fresco-y-del-mar-la-empresa-gallega-que-cierra-en-black-friday-para-reivindicar-la-pesca-sostenible/>

Exemplos de Estratexias e Campañas



Exemplos de Estratexias e Campañas

MANIFIESTO

Nuestros océanos no están de rebajas.

Somos Anti-Black Friday. Nos debemos a nuestros clientes. Quienes pagan los 365 días del año un precio justo por los productos de altísima calidad, de pesca artesanal y sostenible de Galicia.

Apoyamos la pesca justa, ética y respetuosa con el medio ambiente. Nuestro sector tiene que estar comprometido y no activar campañas comerciales agresivas de los recursos pesqueros.

Una idea de Cecubo Group para Fresco y del Mar.

C E C U B O

Exemplos de Estratexias e Campañas



elCorreoGallego

CAMPAÑA ANTI BLACK FRIDAY EN DEFENSA DE LA PESCA ARTESANAL

En Muros, Fresco y del Mar, cierra la pescadería online el viernes, día 29



Muros23 NOV 2024 19:00.

El cielo celeste, el mar azul y la pesca sostenible. Nunca Black, siempre Blue. Bajo este lema Fresco y del Mar, pescadería online de Muros, lanza su campaña contra el Black Friday.



Una empresa gallega cierra su web en plena campaña contra el Black Friday

Se niegan a vender justo un día como el que representa el Black Friday 2020. Una empresa gallega echó el cierre uno de los días del año en el que más se vende. "Hoy no vendemos. Nuestros socios no están de rebuque". Este es el mensaje que puede leerse hoy en la página web de Fresco y del Mar con sede en Muros, en la zona de Muros.



rtve play agrosfera



En Voz de Galicia

AGalega Audio



A PARTIR DEL MINUTO 39

FRESCO Y DEL MAR CIERRA SU TIENDA EL VIERNES POR EL BLACK FRIDAY



MIÉRCOLES 28/11/2024

El 10 % de las ventas de esta semana se destinarán a donaciones para los afectados por la dona

Un año más, la empresa de Muros Fresco y del Mar, que comercializa productos pesqueros frescos a toda España se desmarca del Black Friday con una campaña contraria a esta fecha tan comercial. En esta ocasión, la compañía cerrará su tienda online el viernes a modo de protesta.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA

Para preparar a estratexia, necesitarás:

1

Presenza Web e SEO

A túa web aparece en procuras relevantes? É rápida, móbil-friendly e optimizada con palabras clave?

2

Visibilidade en OTAs

Os teus perfís en Booking, Airbnb ou Tripadvisor están completos e actualizados?

3

Google My Business

Tes ficha activa, xeolocalizada e con opinións positivas?

4

Redes sociais

Estás nas plataformas adecuadas con contido de valor?

5

Reputación Dixital

Que din os turistas de ti? Xestionas activamente as opinións?

6

Recursos Dixitalizados

Usas chatbots, sistemas de reservas en liña ou automatización?

Para preparar a estratexia, necesitarás:



Análise de Competencia

Como se posicionan dixitalmente os teus competidores? Identifica brechas e oportunidades comparando a túa visibilidade coa deles.

Exemplo: BenchMark Salobreña

<https://drive.google.com/drive/folders/1N7GbOqSooa8-0yPzh4GXDpoB7LOzkQ35>



Campañas e Analítica

Mides os resultados das túas campañas?
Usa Google Analytics ou Facebook Insights para axustar e mellorar os teus esforzos.

Ferramentas: META ANALYTICS,
METRICOOL, HOOTSUIT, LOOMLY.



Nivel de Dixitalización

Moitas pemes turísticas xa adoptan tecnoloxías dixitais. Se non estás nese grupo, é urxente comezar.

O diagnóstico dixital é o primeiro paso para optimizar a túa presenza online, aumentar reservas e crecer nun mercado competitivo.



Primeiros Pasos: Como Empezar no Mundo Dixital

Aprende a construír unha presenza dixital sólida desde cero, utilizando ferramentas accesibles e estratexias efectivas para empresas turísticas de calquera tamaño.



CANLES DIXITAIS

Web, redes sociais, newsletter, mail, buscadores, apps...

Como Crear unha Presenza Básica na Internet

Sitio Web Profesional

Preparación de contido: identidade gráfica (logo, cores, tipografía). Vídeos e fotografías, enlaces externos e textos en categorías e subcategorías.

O sitio web é a base da túa presenza dixital e a primeira impresión do teu negocio. Debe ser:

Intuitivo e Fácil

- Navegación clara
- Información accesible
- Horarios e prezos visibles

Adaptable a Móviles

- Deseño responsive
- Máis do 50% navega desde móvil
- Carga rápida

Visualmente Atractivo

- Imaxes de alta calidade
- Fotos de instalacións
- Clientes disfrutando

Ferramentas para Crear A túa Web



WordPress

Plataforma flexible e potente con miles de plantillas. Ideal para webs profesionais con blog integrado.

Inclúe páxinas específicas para servizos, testemuños de clientes e preguntas frecuentes.



Wix

Constructor visual moi intuitivo. Perfecto para crear sitios atractivos sen coñecementos técnicos.



Squarespace

Plantillas elegantes e deseño premium. Excelente para negocios que priorizan a estética.

Presenza Activa en Redes Sociais

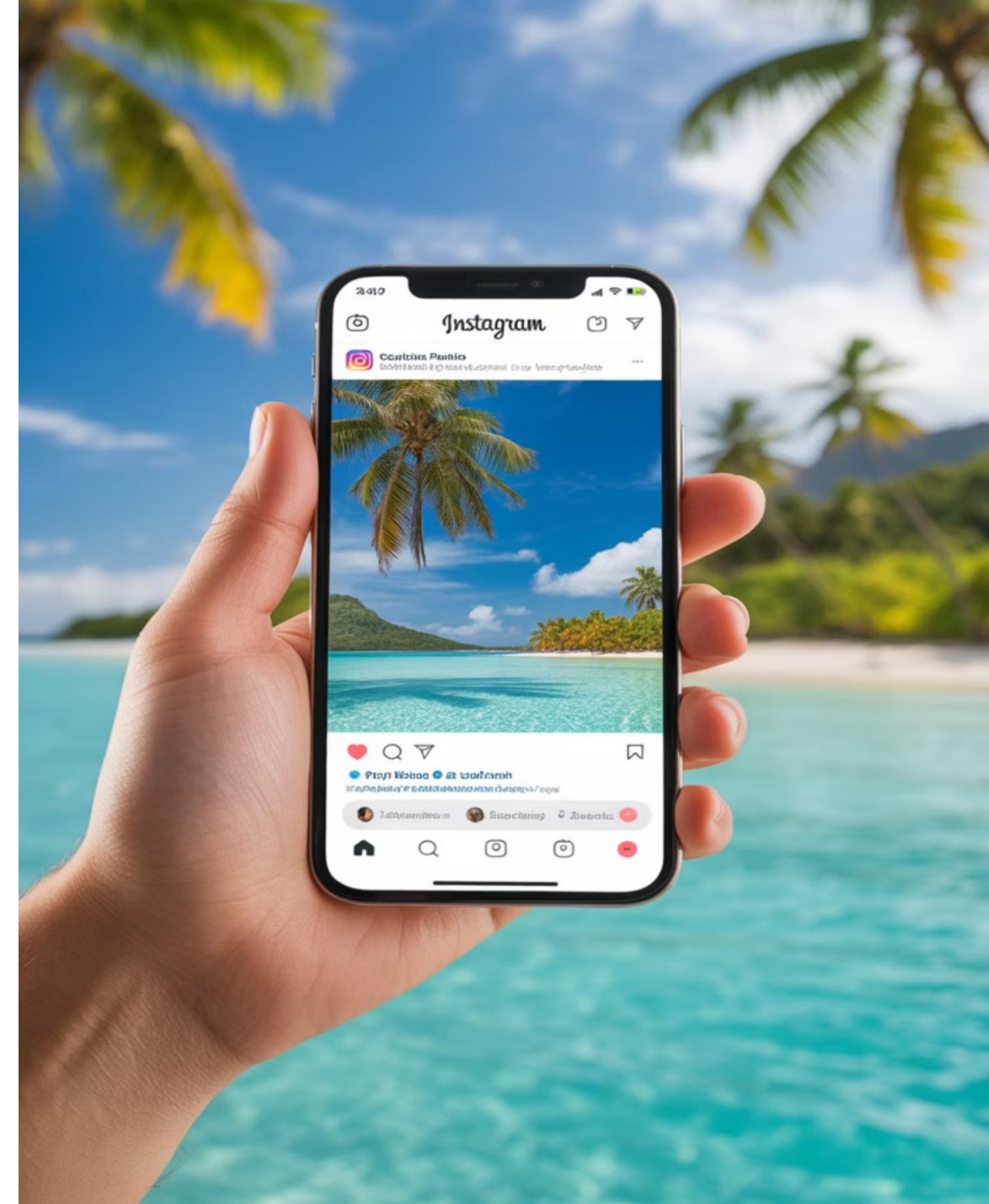
Elixes as plataformas adecuadas

Instagram

Ideal para contido visual: fotos e vídeos que mostren a beleza do destino, actividades turísticas e experiencias únicas.

Facebook

Perfecto para xerar comunidade, compartir eventos, responder preguntas e manter contacto cercano con clientes.



Presenza Activa en Redes Sociais

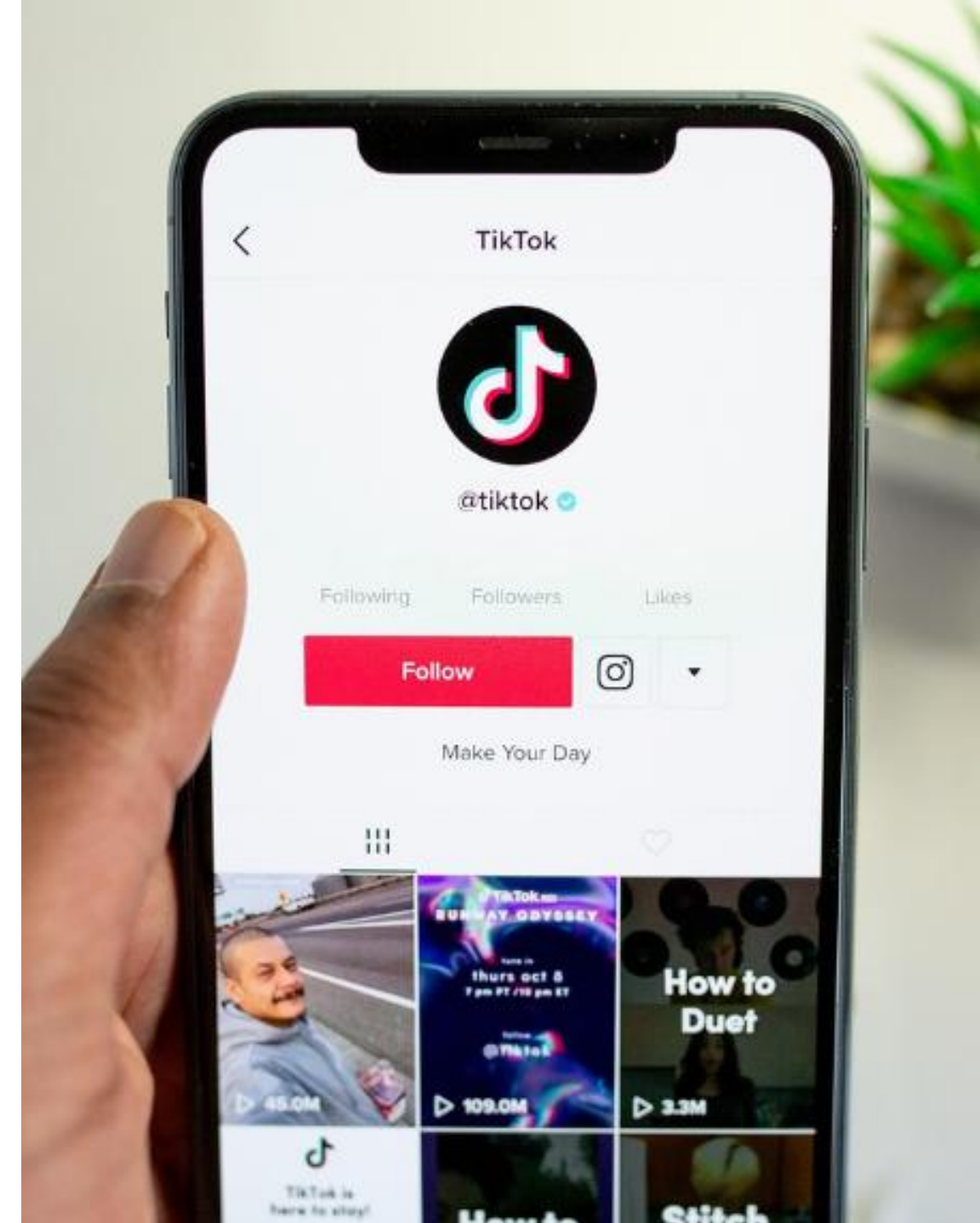
Elixer as plataformas adecuadas

Tik Tok

Ideal para minivídeos en bruto (practicamente) e contido de alto alcance

X

Contido en forma de titular: texto breve + ligazón/imaxe/vídeo.



Presenza Activa en Redes Sociais

Elixes as plataformas adecuadas

Youtube

Spots publicitarios máis longos, vídeo tutoriais.

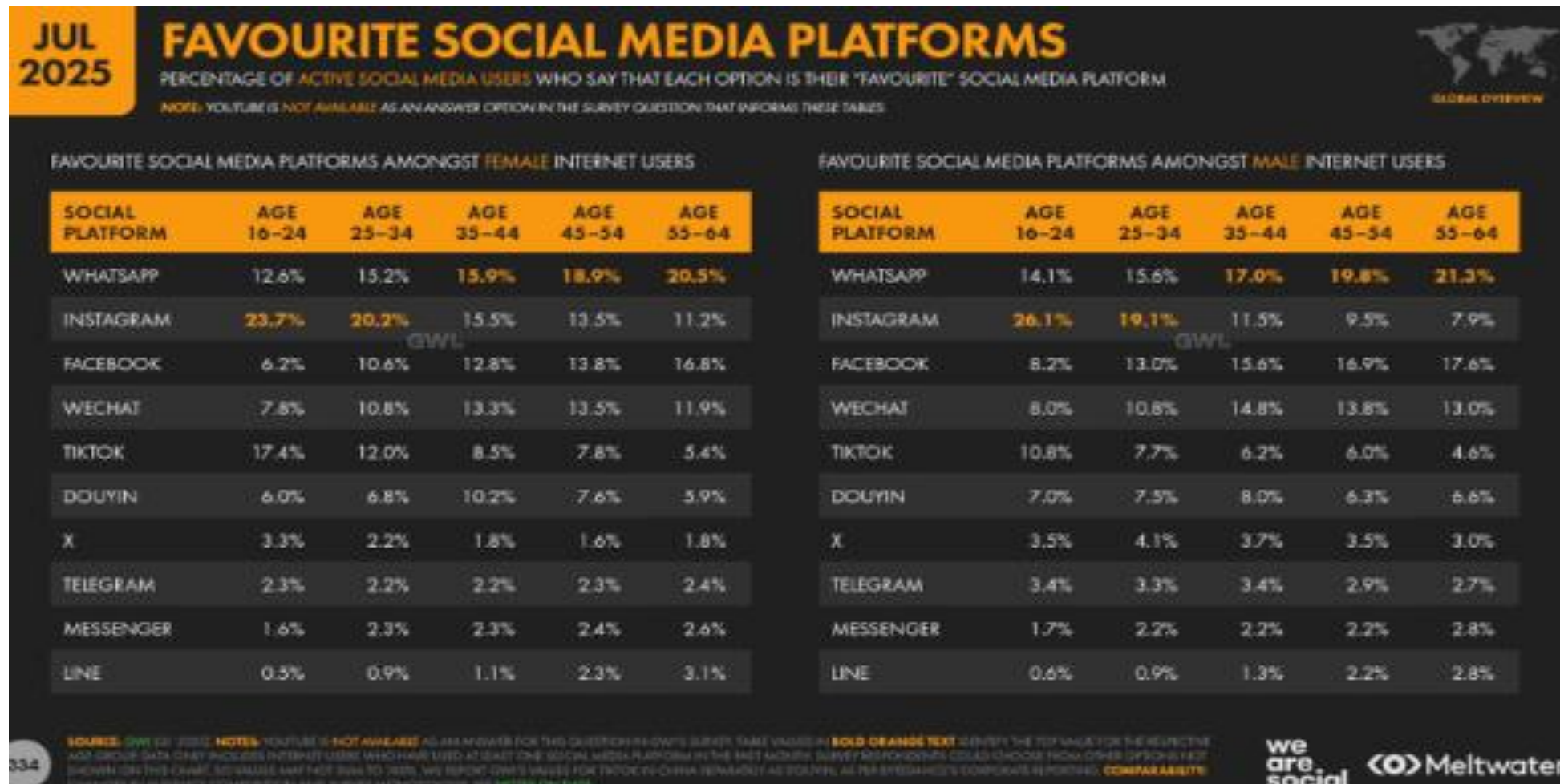
LinkedIn

Rede social de networking profesional: avances, novidades do sector, ton moito máis formal.



Que canles elixir?

Elixo as canles a través dos cales poidas chegar ao teu público obxectivo...



Consellos para Redes Sociais Efectivas



Publica Regularmente

2-3 veces por semana, priorizando calidade sobre cantidade. Contido de valor: fotos, historias, vídeos.



Interacción Directa

Responde comentarios e preguntas rapidamente. Mantén contacto cercano con seguidores.



Incentiva Participación

Organiza concursos, sorteos e usa hashtags relacionados para fomentar engagement.

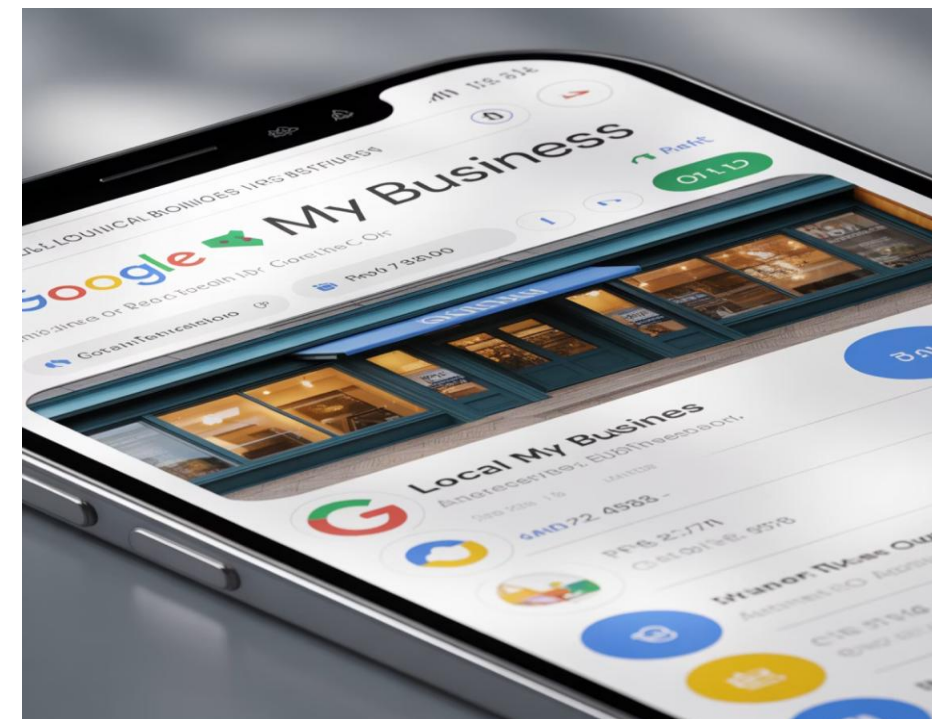
Ferramentas Sinxelas para Empezar

Google My Business: perfil profesional

É unha canle imprescindible para negocios locais. Asegura que aparezas en procuras locais e Google Maps.

Beneficios:

- Subir fotos da túa empresa
- Actualizar horarios e servizos
- Responder a recensións
- Monitorizar estatísticas



APPs

Booking, Tripadvisor, airbnb, civitatis, hostelworld

Son canles para facer reservas, escribir opinións, compartir unha oferta (habitación, hotel, apartamento), establecer conversación e interacción entre usuarios e anfitrións.

Beneficios:

- Moitas funcionalidades
- Actualizar horarios e servizos
- Responder a recensións
- Monitorizar estatísticas



Ferramentas de gestión

Para a xestión de canles dixitais, podemos usar ferramentas de xestión. Axudarannos a levar a cabo as tarefas:

- Para deseños e creatividade: **canva**
- Para medir os nosos resultados: **analytics de canle**.
- Para organizar tarefas: **google calendar**.
- Para programar contidos: **META BUSINESS SUITE**.



Canva: Diseño Visual Fácil

01

Publicacións para Redes

Crea contido para Instagram e Facebook con plantillas personalizables e profesionais.

02

Material Promocional

Deseña folletos, banners e material para a túa web ou campañas publicitarias.

03

Presentacións

Crea presentacións de servizos ou actividades turísticas de forma rápida.



Mailchimp: Email Marketing

Funcionalidades Clave

- Enviar newsletters periódicas
- Automatizar campañas
- Crear formularios de subscripción
- Manter contacto con clientes

Outras Ferramentas Útiles

Metricool e Hootsuite: Programar publicacións e analizar resultados.

WhatsApp Business: Contacto directo e atención personalizada.

Consellos para Organizar o teu Tempo

Planificación Semanal

Dedica 1-2 horas semanais a actualizar redes, responder recensións e revisar a túa web. A constancia é clave.

Automatización Básica

Usa Metricool ou Hootsuite para programar publicacións con antelación e aforrar tempo.

Biblioteca Visual

Prepara un banco de imaxes e vídeos de alta calidade para usar nas túas publicacións.

Revisión Mensual

Dedica 15-20 minutos a revisar métricas principais e analizar que funcionou.

Delegación

Pide axuda ao teu equipo, familiares ou profesionais externos para tarefas específicas.

Formación Continua

Aproveita recursos gratuitos: Google Digital Garage, YouTube, Mailchimp Academy, Canva Design School.

SEO Básico: Aparecer en Google sin Complicaciones

Descubre como optimizar a túa presenza en buscadores para que os viaxeiros atópenche de forma natural, sen depender exclusivamente de publicidade paga.



Que é o SEO

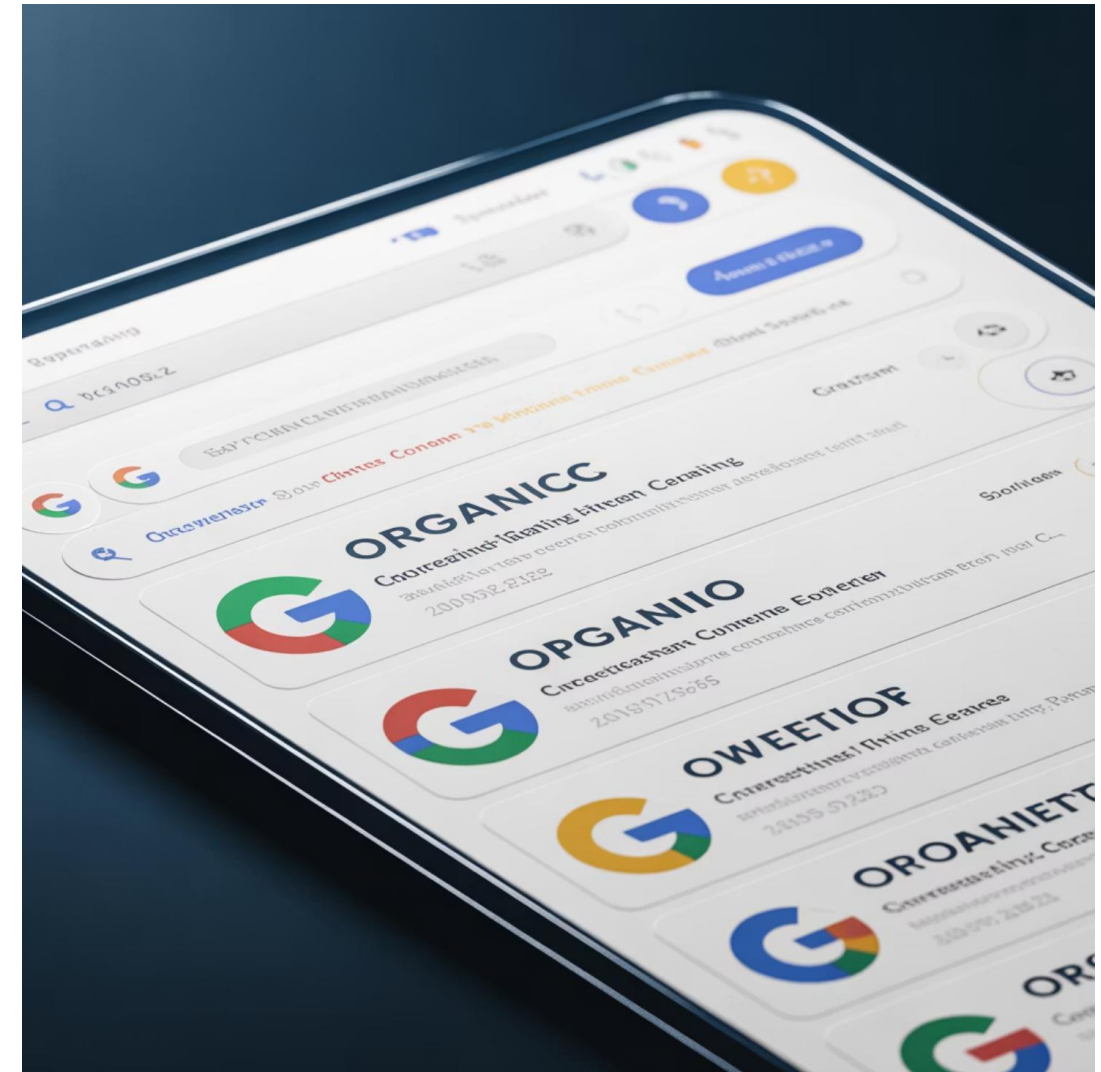
Definición

SEO (Search Engine Optimization) é o conxunto de técnicas para mellorar a visibilidade orgánica dunha web en motores de busca como Google.

Busca que a túa web apareza de forma natural, sen pagar por publicidade, cando os usuarios buscan información relacionada cos teus servizos.

Para iso deberás prestar atención a:

- Contidos propios de la web.
- Imaxes propias da web.
- Ligazóns externos e internos.
- Blog -- temáticas de interese/fácil na busca/bo posicionamento.
- Google My Business en regra (maps, descrición, web, contacto, información).
- Opinións externas (ligazóns externas).



Por Que é Importante o SEO

Visibilidade sen Publicidade de Pago

Permite ser atopado sen pagar por cada clic, fundamental nun sector tan competitivo.

Tráfico Cualificado

Atrae visitantes con intención de reservar. Exemplo: "hotel con spa en Granada" vs. "hotel".

Mellor Experiencia

Un sitio optimizado é máis rápido, fácil de navegar e con contido relevante.

Reputación Online

Bo posicionamento reforza confianza e autoridade con sinais e valoracións.

Como Optimizar con Palabras Clave

Investiga Palabras Clave Específicas

As palabras clave **de longa cola (long tail)** son frases específicas que atraen usuarios más cualificados.

✗ Xenérica

"hotel"

✓ Específica

"hotel rural con spa en Segovia"

"excursión de sendeirismo en Barcelona para principiantes"

📌 **Vantaxe:** Atrae usuarios máis preto de tomar unha decisión de compra ou reserva.

Lugares Estratégicos para Palabras Clave

Título da páxina

O title tag é crucial. Exemplo: "Hotel rural con encanto na Sierra de Guadarrama – Reserva online"

Metadescripción

Texto baixo o título en Google. Debe conter palabra clave e ser atractivo para invitar ao clic.

Encabezados (H1, H2, H3)

Estructura xerárquica do contido. Inclúe palabras clave en títulos principais e subtítulos.

URLs Amigables

Enderezos lexibles con palabras clave. Exemplo: www.tuempresa.com/tour-vinos-rioja

Contido da Páxina

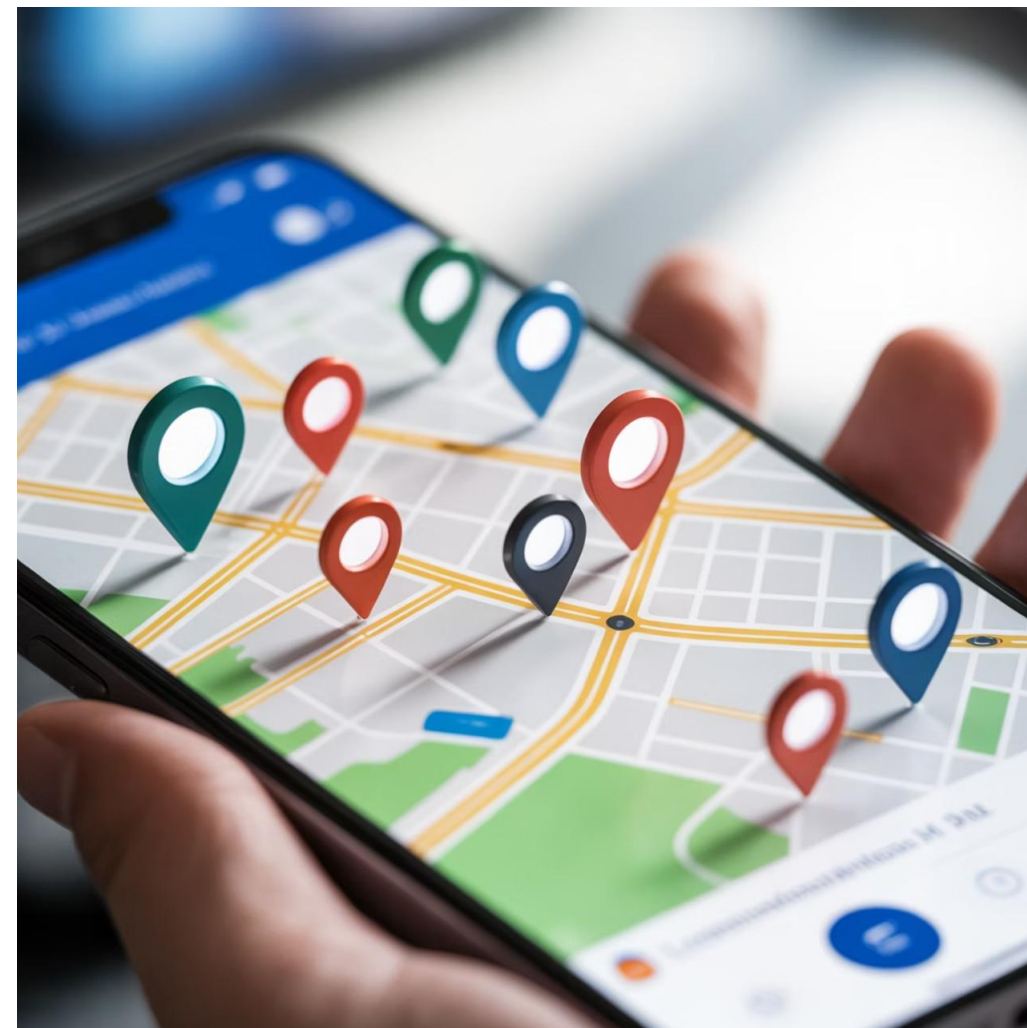
Menciona palabras clave de forma natural, sen repetición excesiva (keyword stuffing).

Optimización SEO Local

Fundamental para Negocios Locais

Se o teu negocio céntrase nunha localización xeográfica concreta:

- Inclúe nomes xeográficos en palabras clave
- Exemplo: "visita guiada en Sevilla", "hotel no centro de Madrid"
- Mantén Google My Business actualizado
- Responde a recensións para mellorar reputación



Optimización de Imaxes e Multimedia



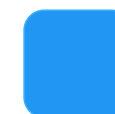
Atributos Alt Descriptivos

As imaxes deben ter atributos "alt" con palabras clave. Exemplo: "hotel-rural-entrada-sierra-Cabo-Ortegal.jpg"



Compresión de Imaxes

Comprime imaxes para carga rápida. A velocidade é crucial para o SEO.



Contido de Vídeo

Os vídeos aumentan o tempo de permanencia. Google indexa contido de vídeo, mellorando el ranking.

Contido Útil e Actualizado

O contido é un dos piares do SEO. Ofrece contido relevante e actualizado:



Guías Turísticas

Información detallada sobre a zona, atraccións e actividades locais.



Blogs de Experiencias

Artigos sobre eventos locais, consellos de viaxe e experiencias únicas.



Preguntas Frecuentes

Resolve dúbidas comúns dos viaxeiros de forma clara e completa.

Erros Comúns en SEO

Palabras Clave Xenéricas

Evita termos amplos; usa frases específicas e xeolocalizadas para unha mellor segmentación.

Contido Duplicado

Google penaliza o contido copiado. Prioriza a creación de material orixinal e de valor.

Mala Experiencia de Usuario

Un deseño confuso ou dificultades na navegación afectan indirectamente o teu posicionamento SEO.

Web Lenta ou Non Móbil

Unha web lenta ou non optimizada para móbiles impacta negativamente na experiencia do usuario e o SEO.

Olvidar o SEO Off-Page

As ligazóns externas de webs relevantes son cruciais para aumentar a autoridade do teu sitio.

Ignorar Estrutura do Sitio

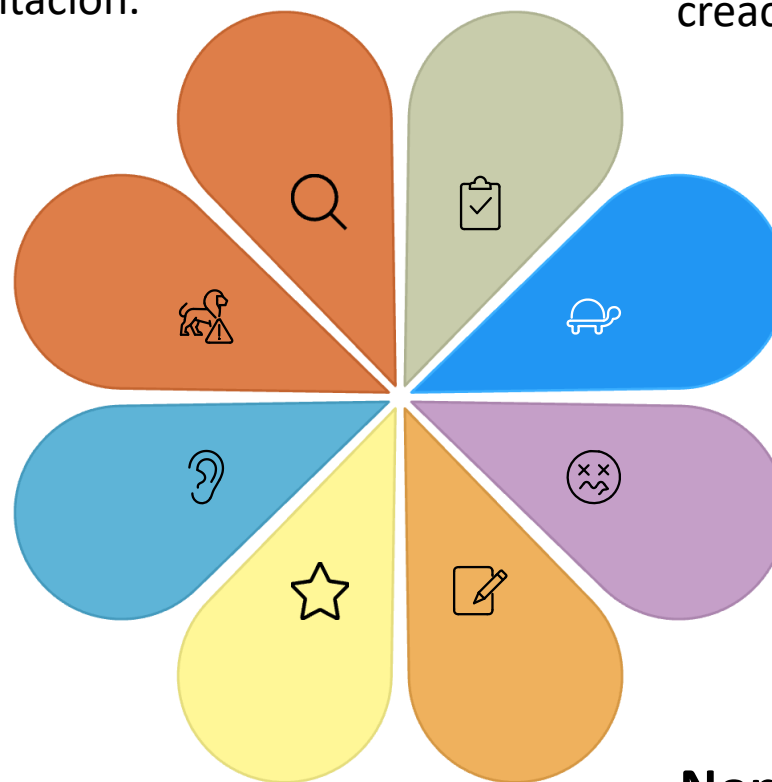
Unha xerarquía clara de páxinas e encabezados (H1, H2, H3) axuda a Google a entender a túa web.

Sobrecargar Palabras Clave

Non repitas excesivamente as mesmas palabras clave. Google penaliza el "keyword stuffing".

Non Actualizar Contido

Mantén o teu contido fresco e relevante. Engade blogs e nova información constantemente.





Redes Sociais: Conectar cos teus Clientes

Aprende a elixir as plataformas adecuadas, crear contido atractivo e construír unha comunidade comprometida que impulse o teu negocio turístico.

Elixir as redes sociais adecuadas

Instagram

Características

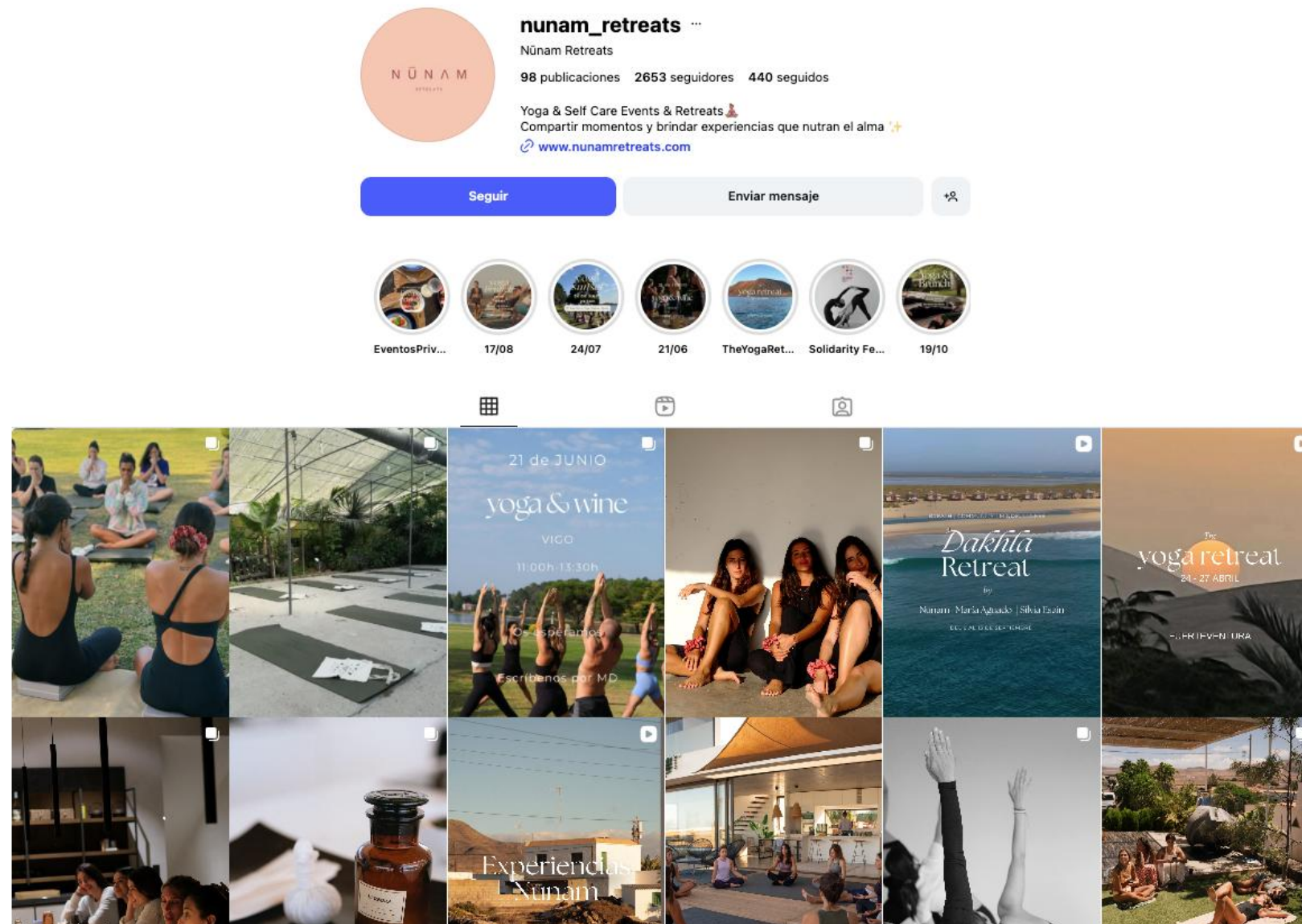
Plataforma visual perfecta para turismo. Mostra fotos e vídeos de alta calidade de destinos e experiencias.

Público Obxectivo

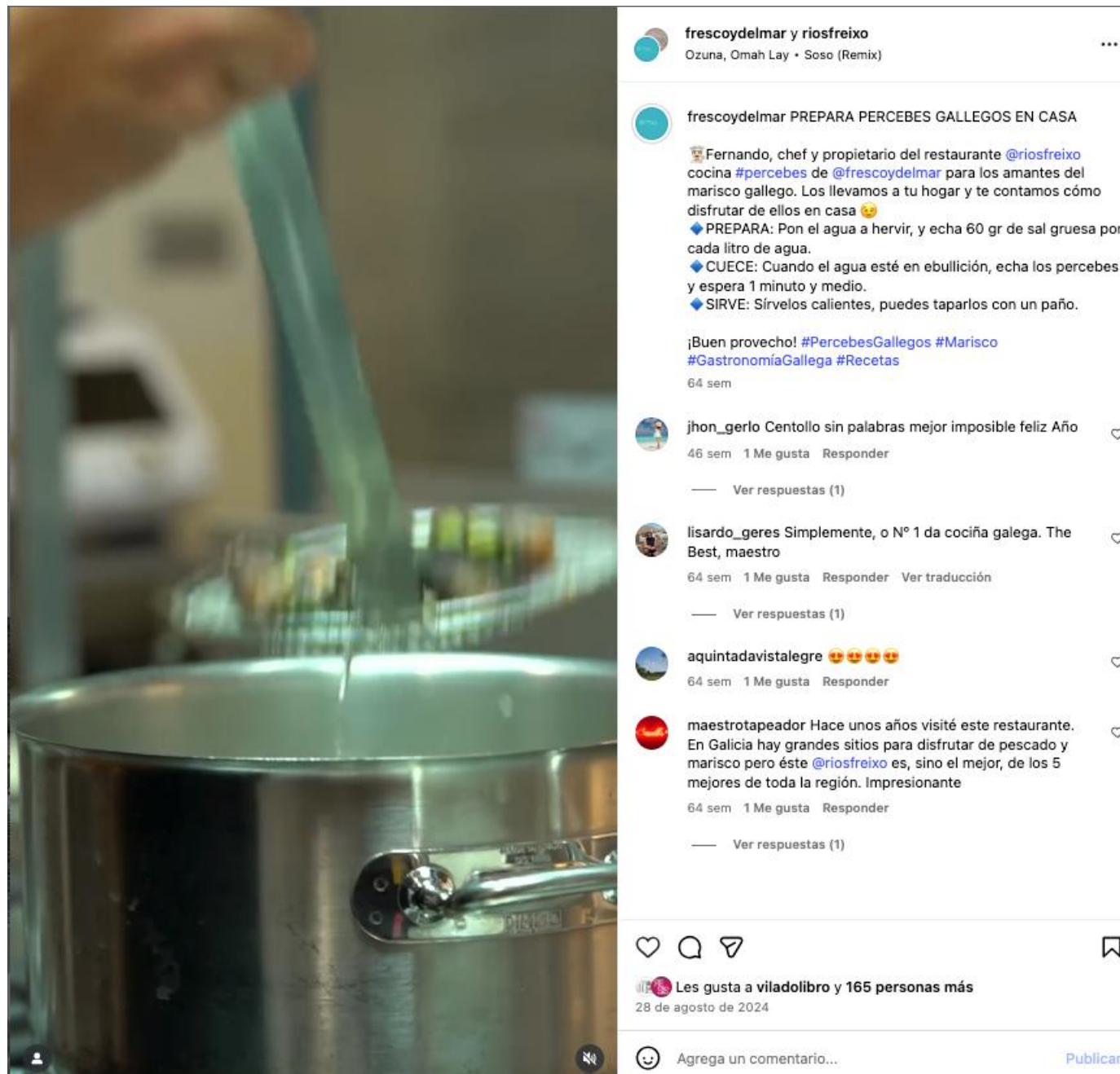
Mozos e adultos (18-40 anos) buscando inspiración visual.

Uso Recomendado

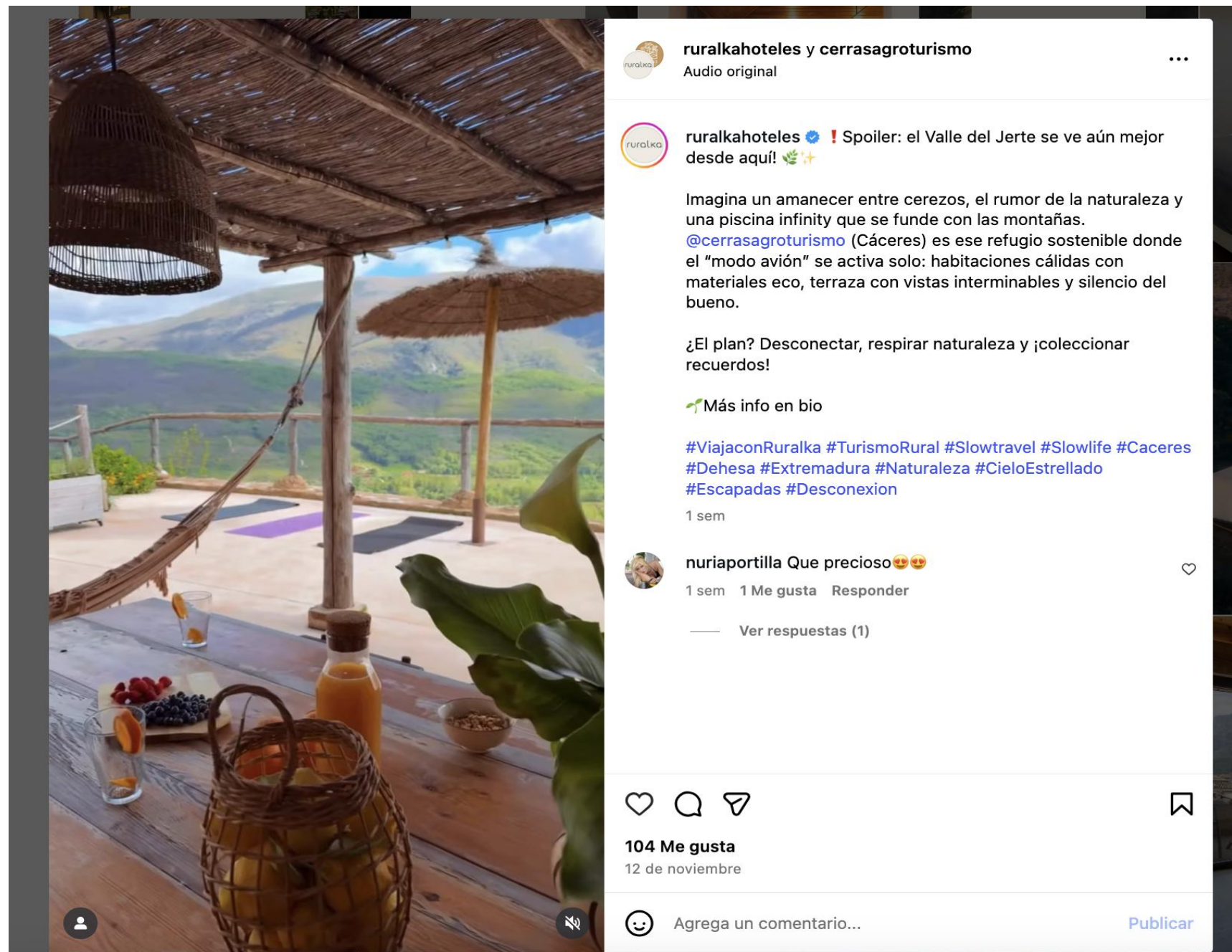
- Fotos inspiradoras
- Reels de experiencias
- Stories de eventos e promocións
- Hashtags estratéxicos
- Ubicacións para alcance



https://www.instagram.com/nunam_retreats/



https://www.instagram.com/p/C_N0_AqNsNN/?hl=es



<https://www.instagram.com/p/DQ8urULAhTN/?hl=es>



osmiguelinos  ...

OS MIGUELIÑOS

196 publicaciones 24 mil seguidores 190 seguidos

Casa u hotel rural

 Turismo rural con alma

 Hotel rural boutique & casitas

 Perretes bienvenidos

!! RESERVA DIRECTAMENTE CON NOSOTROS

 osmiguelinos.com

 Le siguen [pqliar.home](#) y [pqliar.consulting](#)

Seguir

Enviar mensaje



Reseñas



Planes



Desayunos



Nuestra cas...



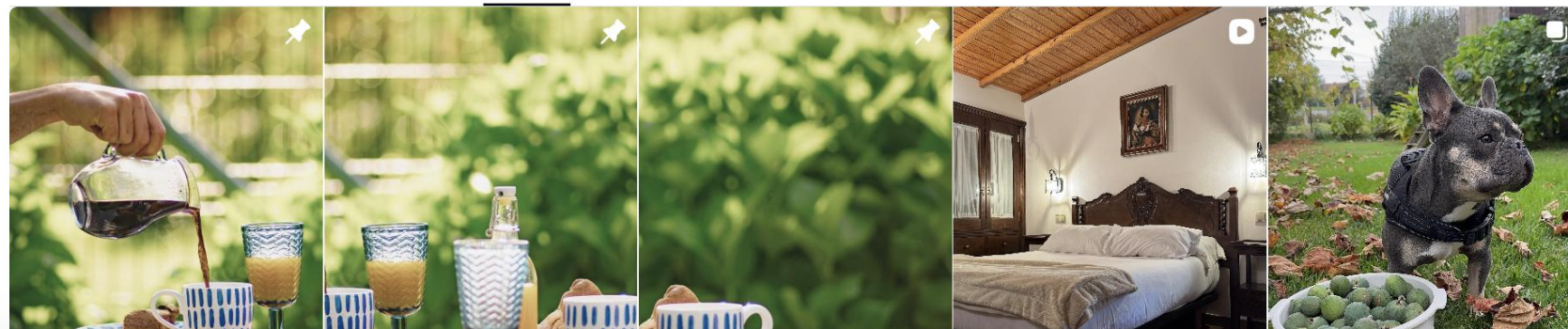
Casitas



Visitas perr...



Piscina



<https://www.instagram.com/osmiguelinos/>

Facebook e TikTok

Facebook

Público: Familias, maiores de 35 anos, viaxeiros tradicionais.

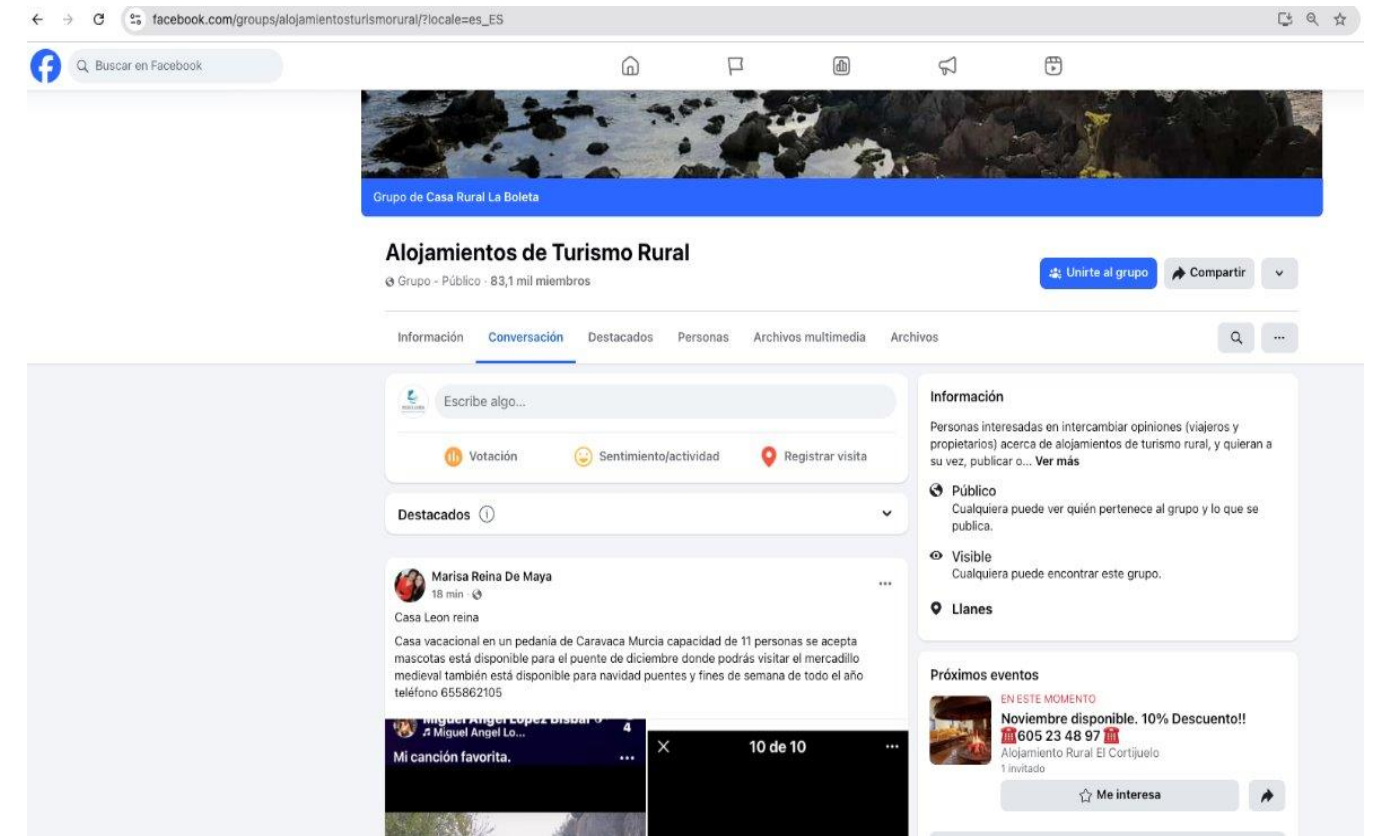
Uso: Publicar ofertas, xestionar grupos, eventos, testemuños.

Aproveita Facebook Ads Manager para segmentación precisa.

TikTok

Público: Xeración Z e Millennials.

Uso: Vídeos curtos e creativos mostrando actividades inusuais, detrás de cámaras, tendencias de viaxe. A autenticidade é clave.





<https://www.tiktok.com/@construmaderasdgb/video/7406708458478718214>



<https://www.tiktok.com/@lessandconscious/video/7230335659314040090?q=retiro%20yoga&t=1763994329766>

YouTube, Pinterest e LinkedIn

YouTube

Contido longo: tours virtuais, testimonios, documentales de destinos. Usa etiquetas e descripcións optimizadas.



Pinterest

Inspiración visual. Taboleiros temáticos con rutas turísticas, consellos de viaxe. Optimiza pines con palabras clave.

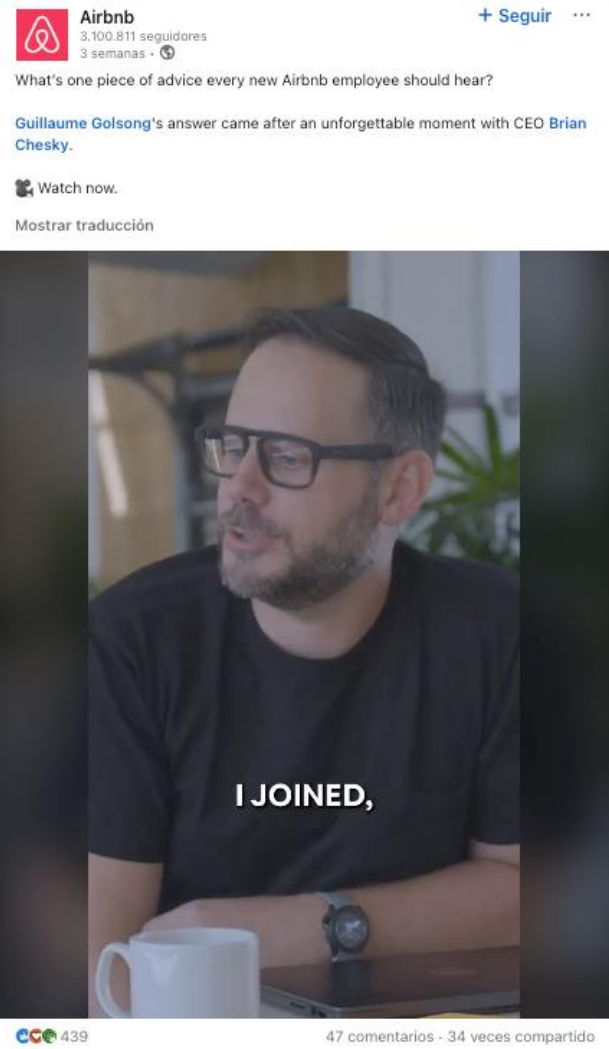
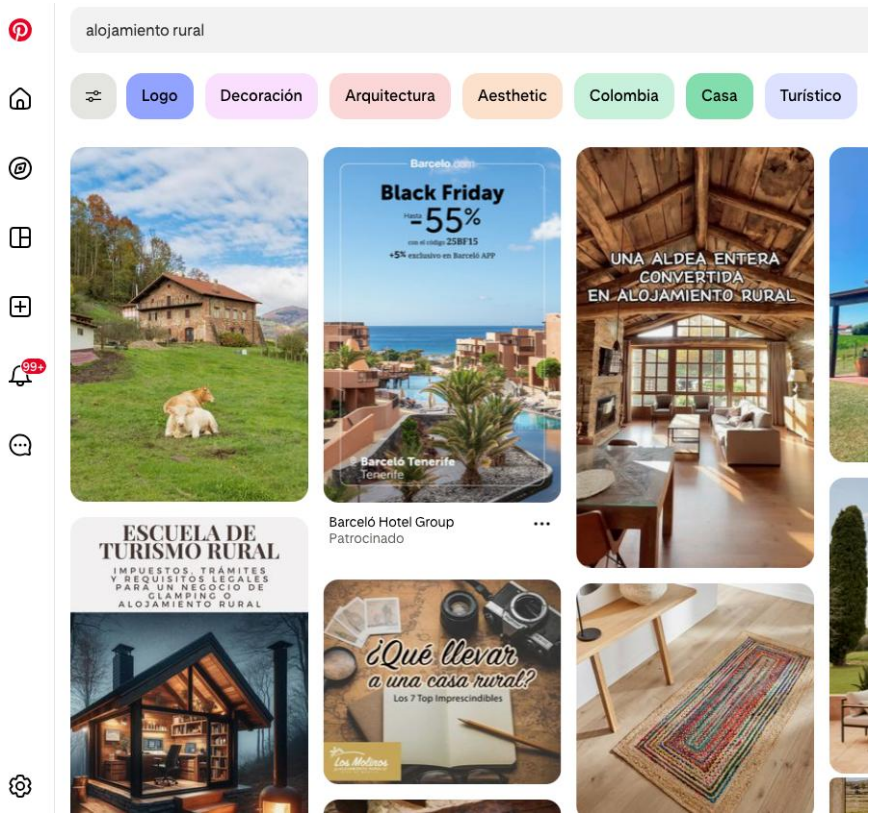
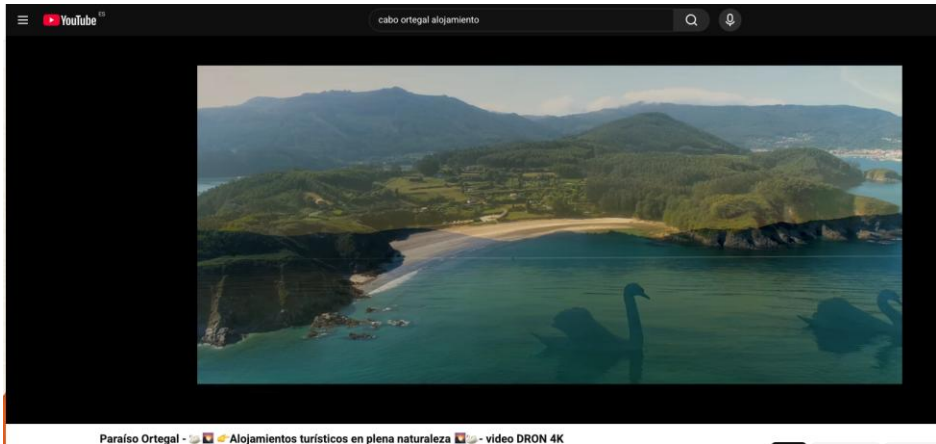


LinkedIn

B2B en turismo. Contido profesional, colaboracións, networking, eventos corporativos. Participa en grupos de discusión.



YouTube, Pinterest e LinkedIn



<https://www.youtube.com/watch?v=NVUWRa9JRVk>

Como Crear Contido Útil e Atractivo

Contido Visual de Calidade

01

Fotos Auténticas

Imaxes reais de instalacións, actividades e clientes disfrutando. Esenciais para captar atención.

02

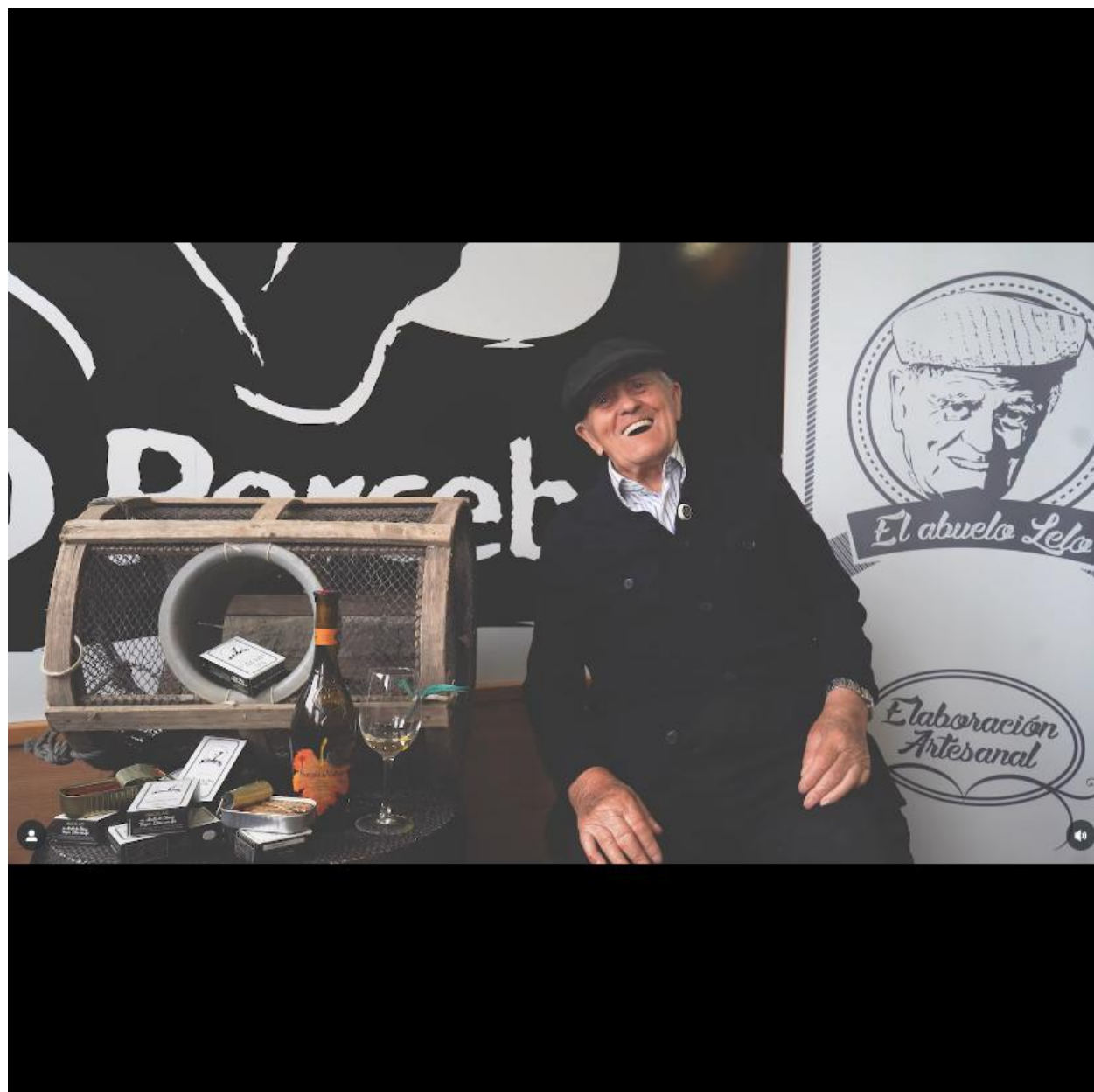
Vídeos Dinámicos

Vídeos curtos, reels, historias, mini-documentais. O contido dinámico xera máis interacción.

03

Aesthetic Coherente

Mantén paleta de cores consistente que reforce a identidade da túa marca.



https://www.instagram.com/p/DNOBa_ZZMQN/?d=1%2F

Narrativa Emocional e Variedade

Conecta con Historias

Mostra o lado humano da túa empresa:

- Anécdotas auténticas
- Testemuños de clientes
- Momentos detrás de cámaras

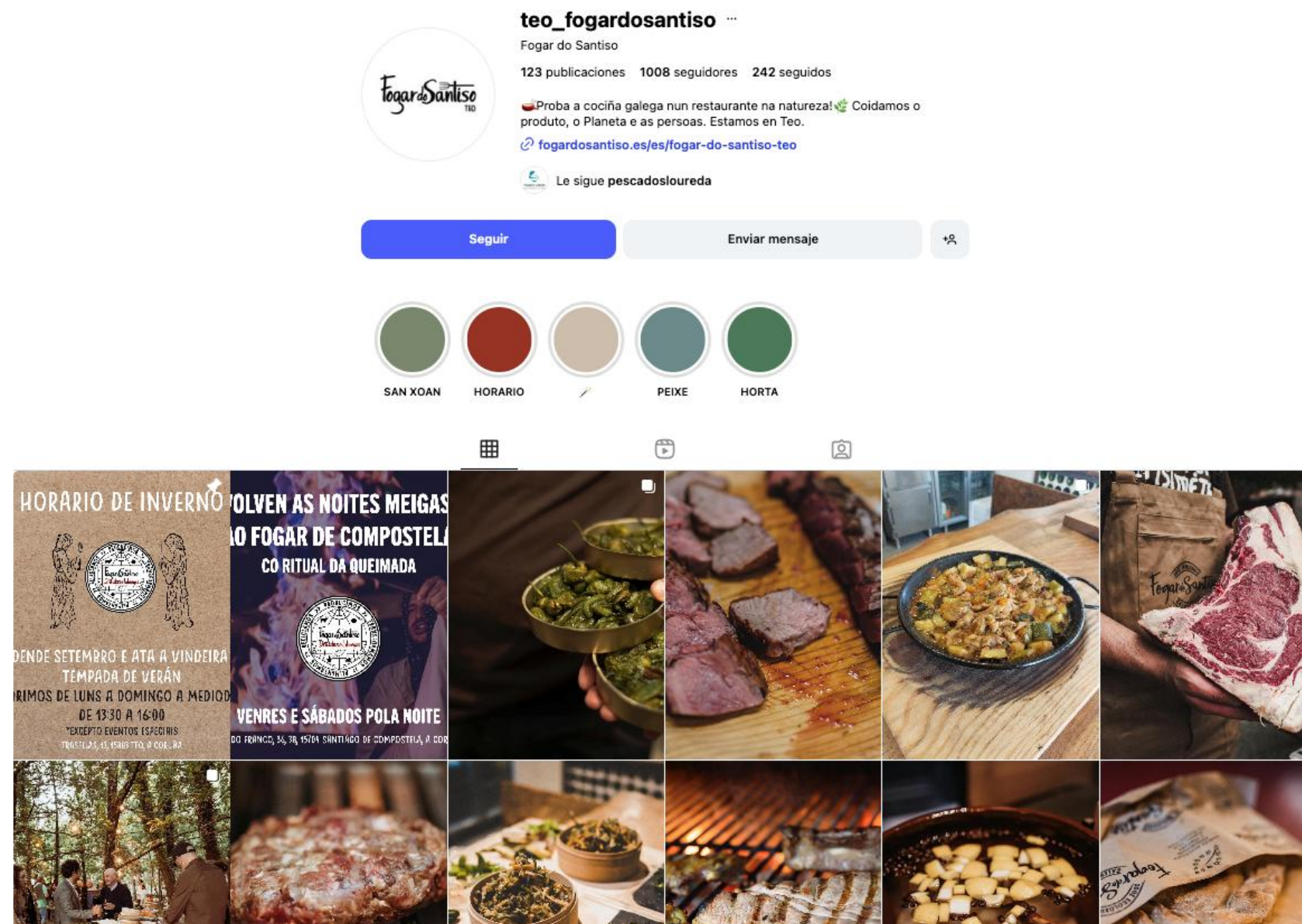
As historias reais xeran empatía e confianza.

Variedade de Formatos

Alterna entre:

- Fotos e vídeos
- Carruseles
- Enquisas e quizzes
- Contido xerado por usuarios

Incentiva participación con hashtags e retos.



https://www.instagram.com/teo_fogardosantiso/

Información Útil e colaboracións

Contido de valor

Publica consellos de viaxe, guías de actividades, eventos locais.

Posiciónache como experto respondendo preguntas comúns.

Tradución e adaptación

Se atendes turistas internacionais, adapta contido a varios idiomas e faino culturalmente relevante.

Colaboración con Influencers

Establece alianzas con influencers e bloggers de viaxe para ampliar alcance con contido auténtico.

Consellos para Interactuar coa túa Comunidade

1

Atención en Tiempo Real

Responde mensaxes e comentarios de forma áxil. Usa Meta Business Suite ou Hootsuite.

2

Humaniza a Marca

Personaliza respostas e mostra o equipo. Agradece publicamente comentarios e mencións.

3

Campañas Interactivas

Organiza concursos, sorteos, enquisas e retos para aumentar engagement..

4

Chatbots Turísticos

Implementa chatbots para responder preguntas frecuentes rapidamente.

5

Recompila Feedback

Pregunta sobre novas actividades, destinos favoritos, melloras. Adapta a túa oferta.

6

Fideliza con Exclusividade

Ofrece acceso exclusivo a eventos, descontos, percorridos virtuais.

Publicidade Dixital: Anuncios que Funcionan

Descubre como crear campañas publicitarias efectivas en Google e Facebook que xeren resultados medibles e maximicen o teu investimento.



Que é a Publicidade Dixital

Definición

Accións promocionais pagadas en canles dixitais: Google Ads, Facebook Ads, Instagram, YouTube e portais turísticos.

Obxectivo

Podes configurar o obxectivo de ALCANCE, INTERACCIÓN, TRÁFICO, CONVERSIÓN... ti elixes!

Vantaxes vs. Medios Tradicionais

- **Segmentación precisa**
- **Variedade de formatos**
- **Flexibilidade en tempo real**
- Métricas detalladas

Como Crear Campañas en Google Ads



Define o Obxectivo

Aumentar visitas? Xerar reservas? Obter chamadas? Google guiarache segundo o teu obxectivo.



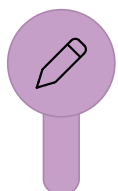
Ubicación e Idioma

Define onde mostrar anuncios: cidade específica, radio de quilómetros, país. Selecciona idiomas.



Palabras Clave

Investiga e selecciona palabras específicas: "hotel en Sevilla centro", "excursión en kayak Tenerife".



Redacta Anuncios

Claros e atractivos con CTA efectiva: "Reserva hoxe", "Descubre destinos únicos". Usa extensiones.



Define Orzamento

Establece orzamento diario e límite máximo para controlar o gasto.

Como Crear Campañas en Facebook e Instagram

1

Administrador de Anuncios

Accede ao Administrador de anuncios. Obxectivos: tráfico, interacción, conversións, xeración de clientes.

2

Segmentación Precisa

Define audiencia por idade, intereses (gastronomía, ecoturismo, aventura), situación xeográfica.

3

Formato do Anuncio

Elixe entre imaxes, vídeos (recomendados), carruseis, stories. Usa contido visual atractivo.

4

Contido Visual

Imaxes de alta calidade e vídeos que amosen experiencias. O visual xera maior conversión.

5

Redacción e CTA

Texto breve con chamado á acción: "Reserva agora e recibe 10% de desconto".

6

Orzamento e calendario

Define orzamento diario e duración. Proba diferentes anuncios para comparar efectividade.

Como Medir se os teus Anuncios Funcionan

Métricas Clave

1

Impresións

Veces que o teu anuncio móstrase. Indica alcance potencial.

2

Clicks e CTR

Número de clics vs. impresións.
CTR alto = anuncio atractivo e relevante.

3

Conversiones

Accións específicas: reservas, formularios, chamadas, vendas.
Métrica crucial.

4

Custo por Resultado

Canto pagas por cada acción relevante. Controla o ROI.

5

ROI

Beneficio vs. gasto en publicidade. Indicador máis importante de rendibilidade.

Ferramentas de Medición e Recomendacións

Ferramentas

Google Analytics: Rastrexa interacción de usuarios coa túa web e analiza conversión de tráfico.

Google Ads e Facebook Insights: Resultados específicos de campañas para axustar anuncios.

Recomendacións

- Revisa resultados semanalmente
- Pausa anuncios que non funcionan
- Axusta os que xeran conversións
- Usa optimización automática



Email Marketing: Manter o Contacto

Aprende a construír unha lista de contactos de calidade, crear campañas efectivas e utilizar ferramentas gratuítas para fidelizar aos teus clientes.

Como Crear unha Lista de Contactos

Formularios na túa Web

Coloca formularios visibles en páxina principal, blogs, páxinas de reservas. Simple e claro: "Subscríbeche para ofertas exclusivas".

Descargas a Cambio

Ofrece valor: guías de viaxe, descontos exclusivos, itinerarios, ebooks, mapas interactivos.

Redes sociais e eventos

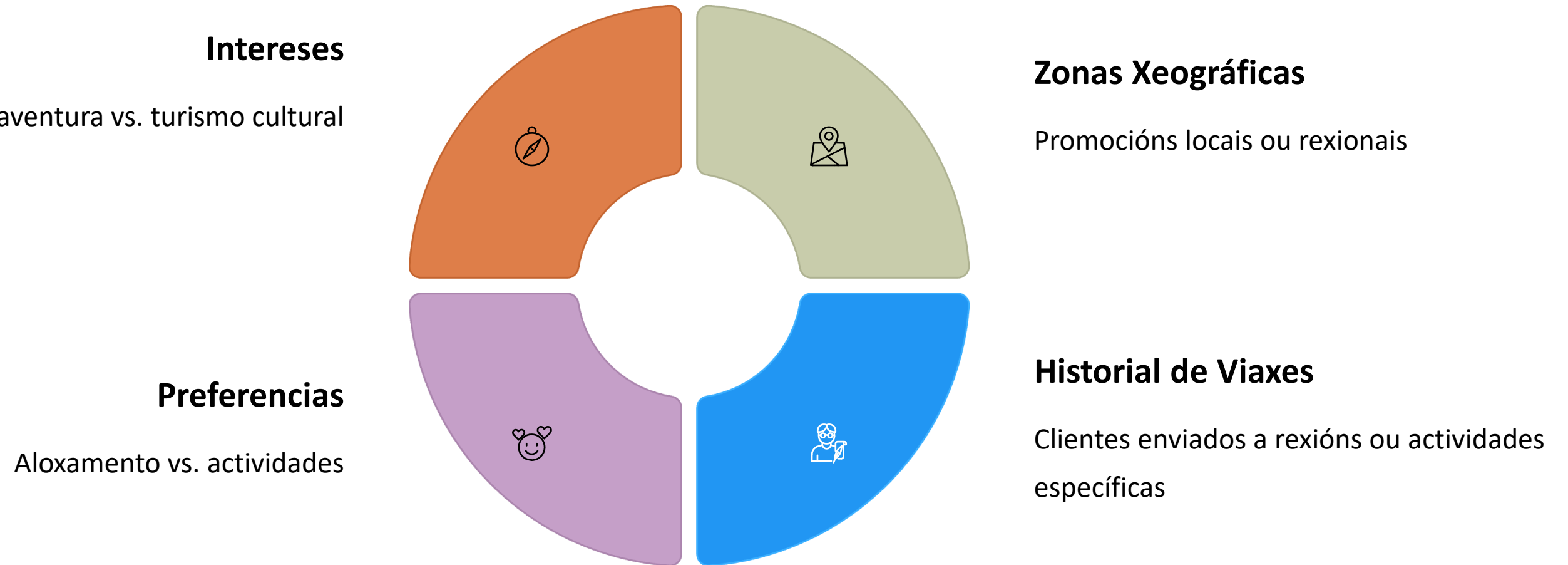
Promocións exclusivas para subscritores. Recolecta correos en eventos presenciais.

Cumpre a Normativa

Pide consentimento explícito. Cumpre RGPD. Inclúe opción de cancelar subscripción facilmente.

Segmentación da túa Lista

Unha vez teñas contactos, segméntalos para enviar contido personalizado e relevante:



Exemplos de Emails Útiles

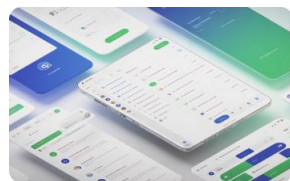
- 1 Newsletter de Inspiración**
Emails mensuais con destinos recomendados, actividades exclusivas, novidades. Asunto: "Descubre os mellores destinos para primavera".
- 2 Ofertas Exclusivas**
Promocións só para subscritores: descontos en reservas directas, paquetes especiais, upgrades gratuítos. Asunto: "¡Solo para ti! 15% de descuento".
- 3 Recordatorio de Reserva**
Emails automáticos lembrando datas ou motivando a completar compra iniciada. Asunto: "Non esquezas a túa escapada!".
- 4 Información Útil**
Consellos de viaxe, guías rápidas, notificacións de eventos locais. Asunto: "Prepárate para Madrid coa nosa guía local".
- 5 Enquisas e Opinións**
Despois da estancia, solicita recensións. Asunto: "Cóntanos a túa experiencia e axúdanos a mellorar".
- 6 Confirmacións**
Correos automáticos de confirmación, agradecementos, recomendacións futuras. Asunto: "Grazas por visitarnos!".

Ferramentas Gratuítas para Email Marketing



Mailchimp

Ideal para listas, newsletters con plantillas de programación. Plan gratuito: ata 2,000 contactos e 12,000 correos/mes.



MailerLite

Sinxela e visual. Segmentación e automatización gratuíta ata 1,000 contactos. Interfaz intuitiva.



Sendinblue

Envíos diarios gratuítos, segmentación avanzada, plantillas, automatización. Ideal para empresas en crecemento.



Benchmark Email

Plataforma en español, fácil de usar. Plan gratuito: ata 3,500 correos/mes. Automatización e segmentación.



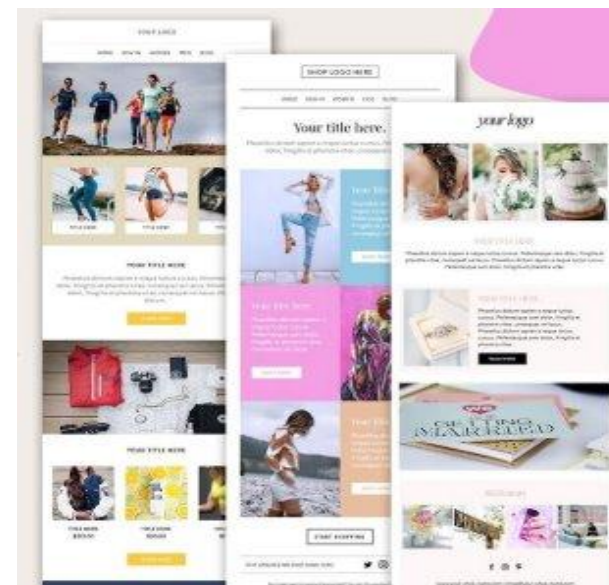
Acumbamail

Ferramenta en español, adaptada ao mercado turístico. Plantillas personalizables, segmentación, automatización básica.



Lodgify e plataformas de reserva

Ofrecen integraci3ns que permiten enviar correos autom3ticos aos h3spedes (confirmaci3n de reserva, recordatorios etc.)/ etc.).



Analítica Básica: Entender O teu Negocio Dixital

Descubre como recompilar e analizar datos para tomar decisións informadas que optimicen a túa estratexia dixital e aumenten os teus resultados.

Que é a Analítica Dixital

Definición

Proceso de recompilar, medir e analizar datos xerados pola túa web, redes sociais e outras canles dixitais.

Proporciona información valiosa para entender o comportamento de usuarios e tomar decisións informadas.

Por Que é Útil

- Medir tráfico web e orixe
- Identificar contidos atractivos
- Entender orixe de conversións
- Detectar puntos de fuga

Como Ver Datos Simples

Google Analytics

01

Visitas e sesións

Ve cantos visitantes chegan diaria, semanal ou mensualmente. Entende volume e tendencias de tráfico.

02

Orixe do Tráfico

Identifica se veñen de Google, redes sociais, email márketing ou portais turísticos. Clave para saber que funciona.

03

Páxinas Máis Visitadas

Ve que páxinas atraen máis visitas e tempo de permanencia. Identifica contidos máis atractivos.

04

Dispositivos Usados

Coñece se acceden desde móbiles ou escritorios. Optimiza a experiencia segundo dispositivo.

05

Eventos Clave

Configura eventos para medir reservas, formularios, clics en contacto. Mide conversión directamente.

Pasos Básicos en Google Analytics



Panel Principal

Visualiza métricas de usuarios e sesións para visión xeral do tráfico.



Comportamento

Revisa páxinas con máis tráfico e alta taxa de rebote (usuarios que abandonan rápido).



Eventos Personalizados

Configura para medir interaccións clave como reservas ou subscricións.



Informes Automáticos

Revisa evolución de métricas sen análise manual.

Facebook Insights / Meta Business Suite

Métricas Principais

- **Seguidores, alcance e impresiões:** Cantas persoas viron as túas publicacións
- **Taxa de interacción:** Likes, comentarios, compartidos, clics
- **Datos demográficos:** Idade, país, idioma de seguidores

Pasos Básicos

- Accede a **Estatísticas** dende o administrador.
- Observa horario de maior interacción e tipo de publicacións con máis interese.
- Analiza publicacións que xeran máis clics ou consultas sobre servizos.

Como Tomar Decisións cos Datos

Crear Contido Similar

Se certos contidos (blogs, vídeos) xeran máis visitas ou reservas, crea máis dese tipo.

Optimizar Investimento

Aumenta investimento en campañas ou canles que xeran máis visitantes ou clientes. Reduce nos menos efectivos.

Revisar Proceso de Reserva

Buscamos a optimización; que sexa o menor tempo, o menor número de clics posible.

Axustar Horarios

Publica máis frecuentemente en días e horarios con maior interacción.

Segmentación Avanzada

Personaliza campañas dirixíndote a públicos especialmente interesados en actividades específicas.

Contenido Orgánico + Pago

As campañas de pago xeran resultados a c/p pero convén manter o traballo orgánico, que xera confianza e fidelidade a l/p.



Estratexia Simple: Plan de Acción Paso a Paso

Desenvolve unha estratexia dixital clara e executable con obxectivos SMART, accións concretas e recursos recomendados para seguir aprendendo.

Como Definir Obxectivos Dixitais

Modelo SMART

Define obxectivos **Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes e Temporais**:

20%

Reservas Directas

Aumentar un 20% as reservas directas desde a web en 6 meses

100

Novos Subscritores

Lograr 100 novos subscritores ao boletín turístico en 3 meses

4.3

Puntuación Google

Mellorar a puntuación media en Google Reviews de 4,0 a 4,3 antes de fin de ano

Prioriza recursos segundo tempo dispoñible e capacidades. Comeza co básico e amplía gradualmente.

Exercicio Práctico: Plan de visibilidade

1

Diagnóstico Actual

Analiza a túa presenza dixital: En que plataformas estás? Que resultados obtiveches?

2

Define Buyer Persoa

De onde veñen os teus clientes? Que buscan no teu negocio turístico?

3

Elixer Canles

Selecciona os máis efectivos: web optimizada, Instagram + Facebook, plataformas de reservas.

4

Fixa Obxectivos

Aumentar reservas, seguidores, reputación online, tráfico web.

5

Planifica Accións

A 3 e 6 meses: actualizar perfís, publicar contido, lanzar campañas, xestionar reseñas, medir resultados.

6

Anota Ferramentas

Canva, Metricool, Mailchimp, Google Analytics.

Recursos para Seguir Aprendendo

Plataformas de Formación

Google Activate: Cursos gratuítos sobre marketing dixital e ferramentas de Google.

Coursera e LinkedIn Learning: Cursos especializados en marketing dixital, análise web e redes sociais.

YouTube: Tutoriais gratuítos sobre SEO, xestión de redes e publicidade dixital.

Blogs Especializados

Hosteltur e Smarttravel.news: Actualizacións e noticias sobre industria turística.

Mailjet e Benchmark Email: Casos prácticos e mellores prácticas en email marketing.

Open Ideas: Consellos sobre marketing dixital aplicado ao turismo.

Comunidades e grupos

Participa en grupos de Facebook ou LinkedIn para obter soporte, compartir experiencias e descubrir novas ideas do sector turístico.



Peché: Do medo á acción

Superemos:

Falta de Tempo/Confianza

Establece pequenas metas. Dedicar 1 hora semanal. Avanza pouco a pouco en lugar de esperar a perfección.

Medo á tecnoloxía

Existen ferramentas visuais e tutoriais que facilitan o uso. Non necesitas ser experto, só ser constante.

Temor á Exposición

A transparencia e atención ao cliente son valoradas. As críticas ben xestionadas convértense en oportunidades.

Consellos para Seguir Avanzando sen Complicacións



Fixa rutinas e pequenos retos alcanzables

Obxectivos mensuais sinxelos como unha publicación semanal.



Apóiate nos recursos gratuítos e automatiza tarefas básicas

Usa Metricool, Mailchimp e WhatsApp Business para aforrar tempo.



Colabora con outros negocios turísticos

Comparte audiencias e crea contido conxunto.



Pide feedback aos teus clientes

Escoita as súas necesidades para optimizar tu estratexia.

Preguntas Frecuentes e Solucións Rápidas



Por onde empezo se teño pouco orzamento?

Comeza con canles gratuítos: Google My Business, Instagram/Facebook e email marketing básico. Aumenta investimento segundo resultados.



Que fago se recibo unha recensión negativa?

Responde educada e profesionalmente, ofrece solución e mostra disposición a mellorar. Invita ao cliente a volver.



Como sei se o meu esforzo funciona?

Mide: reservas desde web, crecemento de seguidores activos e recensións recentes.

Reflexión e Tendencias Futuras

IA e Big Data

Optimización de rutas, ofertas personalizadas e chatbots intelixentes melloran a experiencia do cliente e a eficiencia operativa.

Sustentabilidade Dixital

Promoción de prácticas turísticas responsables e eco-amigables, usando plataformas dixitais para concienciar e certificar.

Personalización Extrema

Creación de experiencias de viaxe únicas baseadas nos intereses, comportamentos e preferencias individuais de cada viaxeiro.

Contido Xerado polo Usuario

Priorización de recensións, fotos e vídeos de viaxeiros reais como a forma máis auténtica e confiable de inspiración e proba social.

Marketing de Influencers

Colaboracións con personalidades dixitais para alcanzar nichos de mercado e xerar confianza a través de recomendacións auténticas.

Conclusións



Presenza Online Esencial

Google My Business, redes sociais activas e unha web optimizada son a base da visibilidade dixital.



Reputación Dixital Clave

A xestión proactiva de sinais e testemuños positivos xera confianza e atrae a máis clientes.



SEO Local Imprescindible

Optimizar para procuras locais e a xeolocalización é vital para que che atopen na túa zona.



Contido Visual Atractivo

Fotos e vídeos de alta calidade que mostren a experiencia son o mellor escaparate para o teu negocio turístico.



Analiza e Adapta

Mide o rendemento das túas accións dixitais e axusta a túa estratexia constantemente para mellorar resultados.



CreaciónExperiencias

Avalía o curso e o profesor escaneando a seguinte QR:





www.xeoparqueortegal.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@xeoparqueortegal.creacionexperiencias.com



Tel.: 625 54 77 48



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA