



Teknologia, aukera egokia
berrikunza-hartzileentzat.
Debabarreneko adibidea

La tecnología como oportunidad
para destinos innovadores.
El caso de Debabarrena

eTurismo, 2009ko ekainaren 30ean

Aurkezpena

- DEBEGESA.
- Departamento de Turismo.
 - Objetivo principal: *Contribuir al desarrollo del sector turístico como fuente complementaria de riqueza en la comarca de Debabarrena, en el marco del desarrollo sostenible la colaboración público - privada.*

Plan comarcal de Dinamización Turística 2008-2012

- “Apuesta” . *TURISMO DE NATURALEZA*.
- 3 Objetivos principales:
 - Creación de destino.
 - Fortalecimiento del sector.
 - Promoción y comunicación de Debarrena como destino turístico.

TECNOLOGÍAS de la información y la comunicación

- Publicidad.
- Promoción. Web y Blog. “Convivencia”.
- Comercialización.

¿Qué nos aporta?

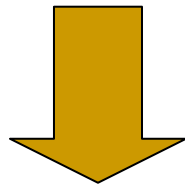
- Flexibilidad. Productos “abiertos” .
- Visibilidad. “Posicionamiento” .
- Accesibilidad: rapidez, fiabilidad, compra directa...
- Medición. Optimizar inversiones.

La Revolución en Internet

- Cambio en el negocio turístico.
- Tendencias:
 - participación de los usuarios.
 - soportes y canales multimedia.
 - Georeferenciación.
 - Personalización.
 - Atención y servicio de alta disponibilidad: idiomas, horarios, inmediatez...

¿Estamos preparados?

- ¿Los gestores de destino?
- ¿El sector?
- ¿Industria tecnológica?



EL VALOR DE LAS PERSONAS Y
LAS ACTITUDES

Sarrera

- Presentar una experiencia donde las tecnologías se presentan como una **oportunidad** para los destinos turísticos.
- *El viaje de turismo es uno de los productos mundiales más populares vendidos a través de internet. ¿Destinamos nuestras inversiones a las nuevas tecnologías? Reflexión.*
- ¿Está el sector **preparado**?
- Nuestro objetivo es **atraer a nuestros visitantes potenciales a nuestras webs**, retenerles y ofrecerles algo atractivo.
- Oportunidad de **diferenciación**.
- **Paso a paso**, pero avanzando.
- Dedicación.

Adibideak



- WEB 2.0
 - Mapa turístico de Debabarrena.
 - Blog Ongietorri.org
- CENTRAL DE RESERVAS, Ruta del Flysch



WEB 2.0



- Con la Web 2.0 **los turistas generan** contenido que a su vez sirve para promocionar el destino (credibilidad, valor añadido).
- Este contenido generado por los usuarios **escapa del control** de los organismos de promoción de los destinos.
- Mejoramos el canal de comunicación con el turista.
- Mejoramos la gestión y la promoción del destino, accediendo directamente a la información generada por los usuarios.

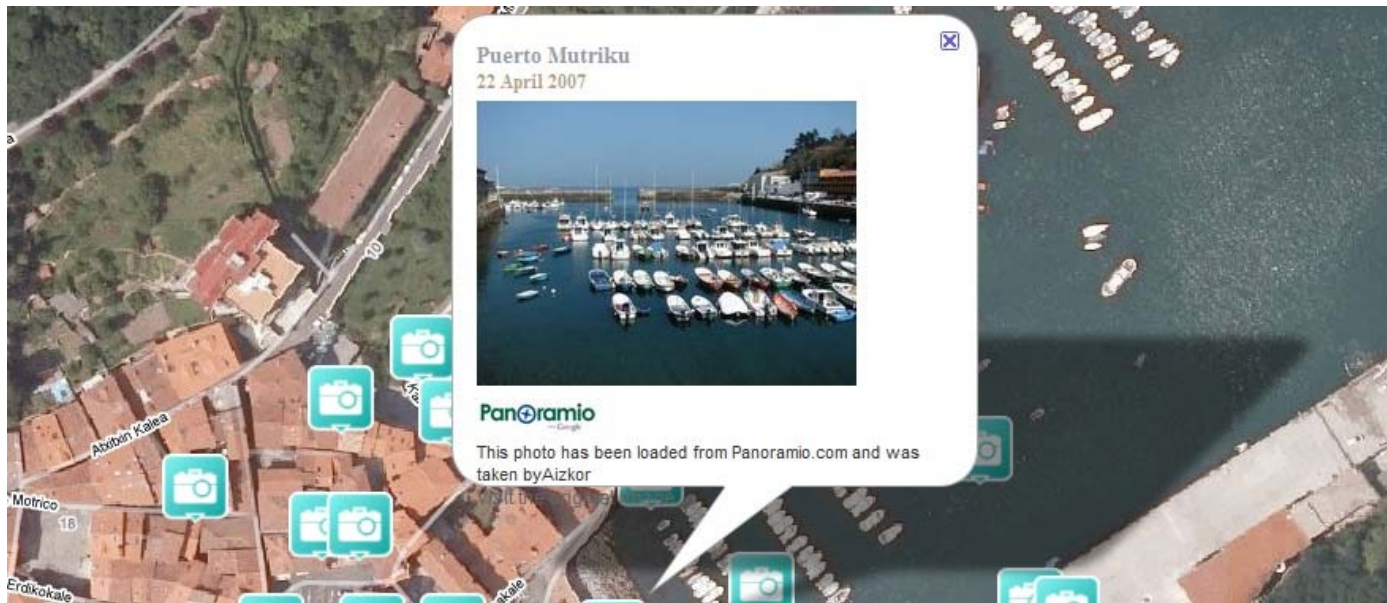
Debabarreneko mapa turistikoa

Fase 1

- Paso 1:
 - Información **oficial** georeferenciada
 - Ortofotos de calidad (Gobierno Vasco)
 - Gestión y acceso vía Web



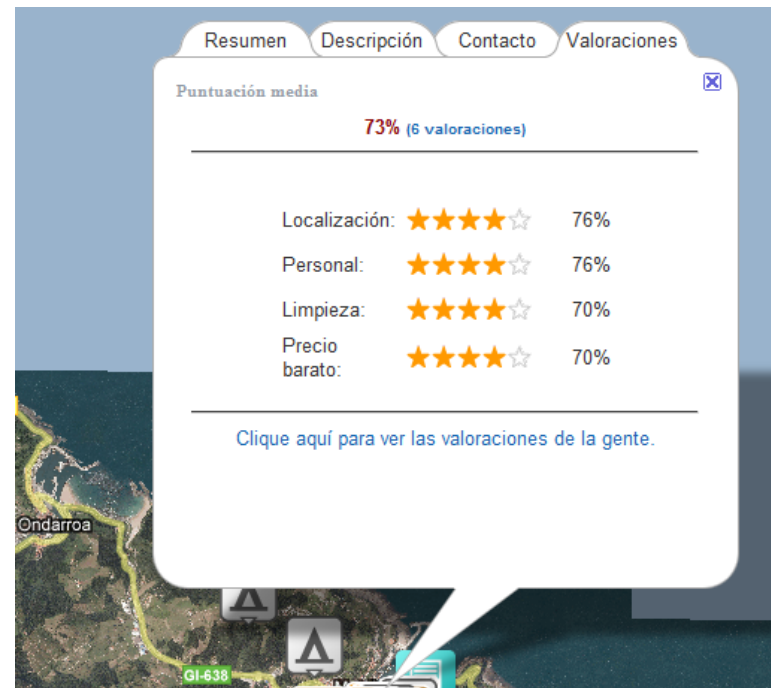
- Paso 2:
 - Información disponible en la Web
 - Flickr, Panoramio, servicios meteorológicos



Fase 2



- Paso 3:
 - Contenido generado por los usuarios en nuestro portal (Puntos de interés, valoraciones, comentarios, ...)
 - Personalización: perfiles de usuarios.



- **Usuarios** tienen que registrarse para:
 - Generar contenido
 - Acceso a contenido personalizado
- Los **negocios** deciden si:
 - No desean valoraciones
 - Desean valoraciones que se publican :
 - Con filtrado previo
 - Sin filtrado previo
- **Gestor**, Dpto. Turismo Debegesa:
 - *Superusuario*, permiso para realizar todas las acciones.
 - Gestión de toda la información.

Video resumen





- Comunicación más directa con el usuario, menos “oficial”.
- Buscamos la interacción.
- Objetivo: que los usuarios aporten contenidos, experiencias, vivencias, emociones, ilusiones...
- C/P + dedicación.
- Estrategias: concurso de fotografías, ¿cuál es tu rincón preferido de Debarrena?, galerías de fotos, vincularlo con campañas de promoción, videos...
- www.ongietorri.org



www.flysch.com
Central de Reservas

- Punto de partida: abril del 2008.
- Nº de participantes en las visitas guiadas: **12.000**
- Problemas de coordinación de reservas entre las 3 oficinas de turismo.
- Doble objetivo: coordinación interna y **ACCESIBILIDAD** del producto para el visitante.
- VISITANTE: www.flysch.com
- GESTORES: www.flysch.com

Google analytics

Optimizar nuestras inversiones, dirigirnos a nuestros mercados potenciales, trabajar los contenidos que realmente demandan nuestros visitantes potenciales, obtener los resultados de nuestras inversiones...

Mila esker guztioi!