

Gestión de mercados de productos turísticos

Estrategias

Estrategias

Es importante generar estrategias en el ecosistema digital de la empresa, para que se enlacen entre sí con el fin de impulsar la marca. De nada va a servir tener comunidades virtuales, redes sociales y gestión de contenidos digitales si no existe un desarrollo organizado de la información para cada esfuerzo.

A continuación, algunas de las estrategias que sirven para lograr el fortalecimiento de un ecosistema digital:

- **Integración:** se deben integrar todos los esfuerzos, publicaciones y acciones desarrolladas por la empresa. Así es como se puede trabajar a través de distintos ambientes virtuales de forma consistente y unida.
- **Automatización:** es vital automatizar las actividades que se realizan de forma cotidiana o habitual en los ambientes virtuales. Se puede ahorrar tiempo, trabajo y dinero, y así, tener un mayor rendimiento.
- **Generación de contenido de valor:** se debe nutrir el ecosistema digital con contenido de valor para los clientes, brindando información que verdaderamente requieran; además de ofrecerles soluciones a sus problemas y fidelizarlos.
- **Actualización de tácticas:** todo ecosistema digital debe estar actualizado tecnológicamente para tener una mejor comunicación con los clientes y conectarse con ellas más fácilmente. Interacción: no basta con enviar comunicados, es vital lograr que los clientes interactúen con la marca. El ecosistema digital y los ambientes virtuales hacen presencia para crear una comunidad colaborativa y participativa; por eso, es importante lograr la interacción entre ellos y la marca para que estas herramientas y ambientes sean más relevantes y de importancia.
- **Diversificación:** se pueden crear más ecosistemas digitales, ambientes virtuales o, incluso, puntos de contacto al interior de un ecosistema en especial; diversificar los medios digitales ayuda a que la comunicación obtenga un mejor impacto y alcance.
- **Medición y optimización:** la analítica web es vital para conocer si los esfuerzos publicitarios y de mercadeo están dando resultados, por lo que el ecosistema digital y todos sus esfuerzos deben ser medidos y analizados. Se deben establecer métricas para estudiar el rendimiento y el impacto con el fin de obtener datos importantes que ayudarán a la toma de decisiones en el mejoramiento de los procesos. (Nespral & Hergueta, 2021) p.105.