

*sólo*agentes

Edición abril 2024

EMAGAZINE PARA AGENTES DE VIAJES

Especial Primavera



Contenidos

eMagazine Abril 2024



Entrevista con René Hoeltschl,
Director del Hotel ME Barcelona



Test de Inteligencia Emocional: Descubre
tus Habilidades Emocionales



Entrevista con Ángel Luis Piña,
Director de Viva Tours.



Cómo mejorar el Branding de tu
Agencia de Viajes



100 frases Instagram para Estrategia de
Marketing en la venta de Viajes



Entrevista con Adrián Garzón, Brand
Manager de Special Tours



Entrevista con Pilar Nieto, Directora
Comercial de CATAI



Guía para crecer en LinkedIn como
Agente de Viajes



Especial Convención Geomoon 2024



René Hoeltschl, Director del Hotel ME Barcelona

“Nuestros clientes viven experiencias únicas en Barcelona”

Hoy hablamos con René Hoeltschl

Nos trasladamos a la ciudad Condal, a uno de los hoteles cinco estrellas con las mejores instalaciones y posiblemente la mejor ubicación de toda la ciudad.

Hoy vamos a conocer un poco más acerca de lo que ofrece el **hotel ME Barcelona** y quién mejor para contárnoslo que René Hoeltschl, Director del Hotel.

Buenos días, René. Es un placer tenerte en el programa.

Hola, buenos días y muchas gracias.

René, nos gustaría comenzar que nos hablastes un poco sobre el ME Barcelona y por qué ofrece este hotel en la Ciudad Condal.

Nuestro **Hotel ME Barcelona**, construido en noviembre y abierto en noviembre de 2021, está ubicado en la mejor ubicación posible en Barcelona, junto al Paseo de Gracia y la Plaza Cataluña, en el centro, enmarcado en la milla de oro de Barcelona, donde se encuentran los mejores hoteles, las mejores tiendas y el área más lujosa de toda la ciudad.

Aquí en Barcelona, el **hotel ME** ha sido esperado durante muchísimos años y con esta apertura, que es además una nueva construcción, marcamos un antes y un después en la **marca ME** y redefinimos el lujo contemporáneo como nuestro objetivo principal con este hotel.

Es un hotel que ofrece servicios muy especiales. Todos nuestros clientes van a recibir una atención totalmente personalizada y podrán vivir unas experiencias únicas en la ciudad, experiencias que no se pueden conseguir ni comprar en otros lugares.

Experiencias que solo se pueden vivir si son clientes nuestros y están alojados con nosotros y van a poder descubrir cosas muy únicas, las cuales van a descubrir una Barcelona completamente diferente, por muchas visitas que hayan hecho previamente. Las experiencias con ME Barcelona ofrecerán una visión completamente distinta. En el hotel disponemos de un rooftop con una

piscina con las mejores vistas sobre Plaza Cataluña y toda la ciudad, una vista fantástica sobre la Sagrada Familia y sobre todo L'Eixample, el centro donde nos encontramos.

El hotel está certificado con la certificación prestigiosa Leed como uno de los edificios más sostenibles posibles y somos el único hotel de cinco estrellas de toda Barcelona, que tiene este distintivo, que también supone que nosotros somos un hotel extremadamente sostenible y todo lo que hacemos, tanto el hotel como con nuestro entorno, está enfocado a un funcionamiento completamente sostenible.

Fantástico René y ¿De cuántas habitaciones se compone el hotel?

Pues el hotel dispone de 164 habitaciones, de las cuales 25 son suites y 10 de ellas que son las mejores suites del Hotel, disponen del **servicio ME+** entre otras muchas cosas, incluye una de estas experiencias de lujo para nuestros clientes, por lo tanto, si se alojan con nosotros en una **Suite ME+** podrán disfrutar de una de las experiencias sin coste.

Además, nuestro equipo de auga que está encargado de hacer la experiencia, una experiencia en sí, algo muy especial, muy diferente, va a personalizar al completo la experiencia de nuestros clientes, no solamente en las Suites, sino en todas nuestras habitaciones.

René ¿Cómo ves Barcelona actualmente y cuáles son las perspectivas para 2024?

Estamos viendo una Barcelona renovada, una Barcelona viva, vibrante, nuevamente abierta hacia todo el mundo y recibiendo turistas de todo el mundo y con un ambiente y una sensación que la ciudad está creciendo, modernizándose, abriendo

nuevos establecimientos, ofreciendo nuevas actividades y realmente es un nuevo lugar para descubrir, aunque se haya visitado Barcelona con antelación, siempre hay cosas increíbles por descubrir.

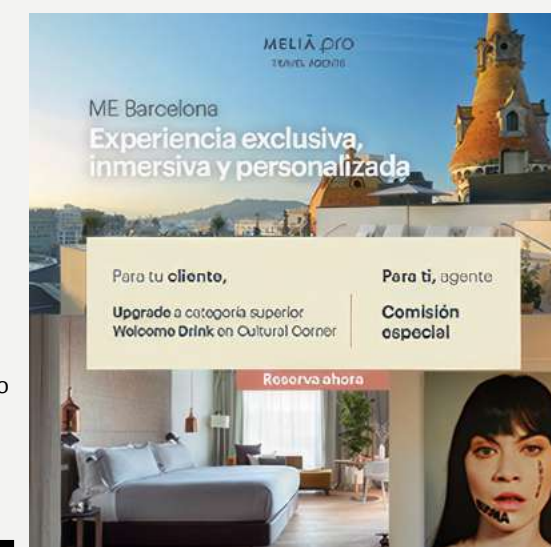
Las previsiones son muy buenas para este 2024 y aún mejores para 2025 y creemos que es una tendencia que ha venido a quedarse, para consolidar Barcelona cada vez más y más en el mercado.

Por último René, ¿Hay alguna promoción vigente, de la cual los agentes de viajes nos podamos beneficiar?

Pues por supuesto, tenemos una promoción vigente en este momento que vale la pena aprovecharla, es hasta el 30 de abril donde tenemos condiciones especiales a nivel de comisión para los agentes que reserven **ME Barcelona**, no duden en consultarlo en **MeliáPro** y verán que las ventajas son muy beneficiosas.

René, Muchísimas gracias por tu tiempo y por todo lo que nos has contado.

Muchas gracias por escucharnos, por dedicarnos este tiempo y esperamos recibirlos muy pronto en ME Barcelona, su casa en la Ciudad Condal.



ME Barcelona

Experiencia exclusiva, inmersiva y personalizada

Ofrece a tus clientes la ciudad de Barcelona a otro nivel



Para tu cliente:

Mejor precio garantizado
Upgrade a categoría superior*
Welcome Drink en Cultural Corner

Para ti, agente de viajes

**Comisión
especial**

Periodo de reserva:
desde ahora hasta 30 de Abril, 2024

Periodo de estancia:
desde ahora hasta 31 de Diciembre,
2024

Términos y Condiciones:

Upgrade de habitación sujeto a disponibilidad. Las suites quedan
excluidas | Fechas excluidas: 06/04/2024 | 14/04/2024 | 27/04/2024-
30/04/2024 | 30/05/2024 | 01/06/2024 | 21/09/2024-22/09/2024

MELIÀ pro
TRAVEL AGENTS

Exclusivo para reservas a través de meliapro.com o contact center | ES 912 76 47 00

el altavoz

sóloagentes
EMAGAZINE PARA AGENTES DE VIAJES



Muy pronto *un nuevo servicio* para los agentes de viajes.

GRAN MELIÀ
HOTELS & RESORTS

THE MELIÀ
COLLECTION

ME
BY MELIÀ

PARADISUS
BY MELIÀ

MELIÀ
HOTELS & RESORTS

REL
BY MELIÀ

INNSIDE
BY MELIÀ

SOL
BY MELIÀ

AFFILIATED
BY MELIÀ

MELIÀ
REWARDS

MELIÀ
pro

Test de Inteligencia Emocional: Descubre tus Habilidades Emocionales

La inteligencia emocional abarca la capacidad de reconocer y gestionar adecuadamente nuestras emociones, lo cual impacta significativamente en diferentes aspectos de nuestra vida.

A continuación, te detallamos algunas claves fundamentales para comprender y potenciar nuestra inteligencia emocional.

Importancia del autoconocimiento emocional

Identificar nuestras emociones nos permite tener un mayor control sobre nuestra conducta.

Conocer nuestros propios estados emocionales es el primer paso para gestionarlos de manera saludable.

La relevancia de la regulación emocional

Regular nuestras emociones implica controlar las reacciones impulsivas y responder de forma más consciente.

La capacidad de autorregularnos emocionalmente contribuye a mantener un equilibrio psicológico adecuado.

Empatía: clave en la inteligencia emocional

La empatía nos permite comprender y conectar emocionalmente con los demás, favoreciendo relaciones más saludables. Ponerse en el lugar del otro y percibir sus emociones es fundamental en las interacciones interpersonales.

Desarrollo de habilidades sociales para potenciar la inteligencia emocional

Las habilidades sociales, como la comunicación efectiva y la resolución de conflictos, son fundamentales en la gestión emocional.

Fortalecer nuestras habilidades sociales nos permite establecer relaciones más satisfactorias con nuestro entorno.

Beneficios de mejorar tu inteligencia emocional

Impacto de la inteligencia emocional en el entorno laboral

Mejorar la inteligencia emocional en el trabajo puede aumentar la productividad, la colaboración y la satisfacción de todos los agentes que conforman nuestra agencia de viajes. Se reduce el estrés y se fomenta un ambiente laboral más positivo.

Importancia de una gestión emocional eficaz en las relaciones personales

Una adecuada gestión de las emociones permite establecer conexiones más genuinas y empáticas con los demás. Se fortalecen los lazos familiares, amistades y relaciones íntimas, fomentando una comunicación más eficaz y respetuosa.

Salud emocional: bienestar integral a través de la inteligencia emocional
La inteligencia emocional contribuye de manera significativa a la salud mental y emocional. Al comprender y gestionar nuestras emociones, se reducen los niveles de ansiedad, depresión y estrés, promoviendo un equilibrio emocional y bienestar

Autoconocimiento Emocional

¿Sientes que tienes una buena comprensión de tus propias emociones?

¿Puedes identificar fácilmente tus estados emocionales en diferentes situaciones?

Regulación Emocional

¿Eres capaz de controlar tus emociones cuando te enfrentas a situaciones estresantes?

¿Puedes evitar reaccionar

¿Puedes expresar tus emociones de manera clara y asertiva?

¿Eres capaz de comunicarte de manera efectiva sobre tus sentimientos y necesidades emocionales?

Una vez que hayas completado el test, tómate un momento para revisar tus respuestas y reflexionar sobre tus habilidades emocionales.

Identifica áreas en las que puedas mejorar y establece objetivos para fortalecer tu inteligencia emocional en el trabajo y en tu vida personal.

Recuerda que el desarrollo de la inteligencia emocional es un proceso continuo, y cada pequeño paso que des hacia una mayor comprensión y manejo de tus emociones te acercará a una vida más equilibrada y satisfactoria.

¿Quieres medir tu nivel actual de inteligencia emocional?

Existen una gran diversidad de pruebas que pueden ayudarte a cuantificar tus niveles de inteligencia emocional, aquí te ofrecemos una muestra que puede ayudarte a identificar y sacar conclusiones de en qué aspectos deberías trabajar más específicamente.

Test de Inteligencia Emocional: Evaluación de tus Habilidades Emocionales

Cuando te enfrentas a una situación estresante, ¿Cómo reaccionas?

a) Me siento abrumado y tengo dificultades para controlar mis emociones.

b) Trato de mantener la calma y busco soluciones prácticas para resolver el problema.

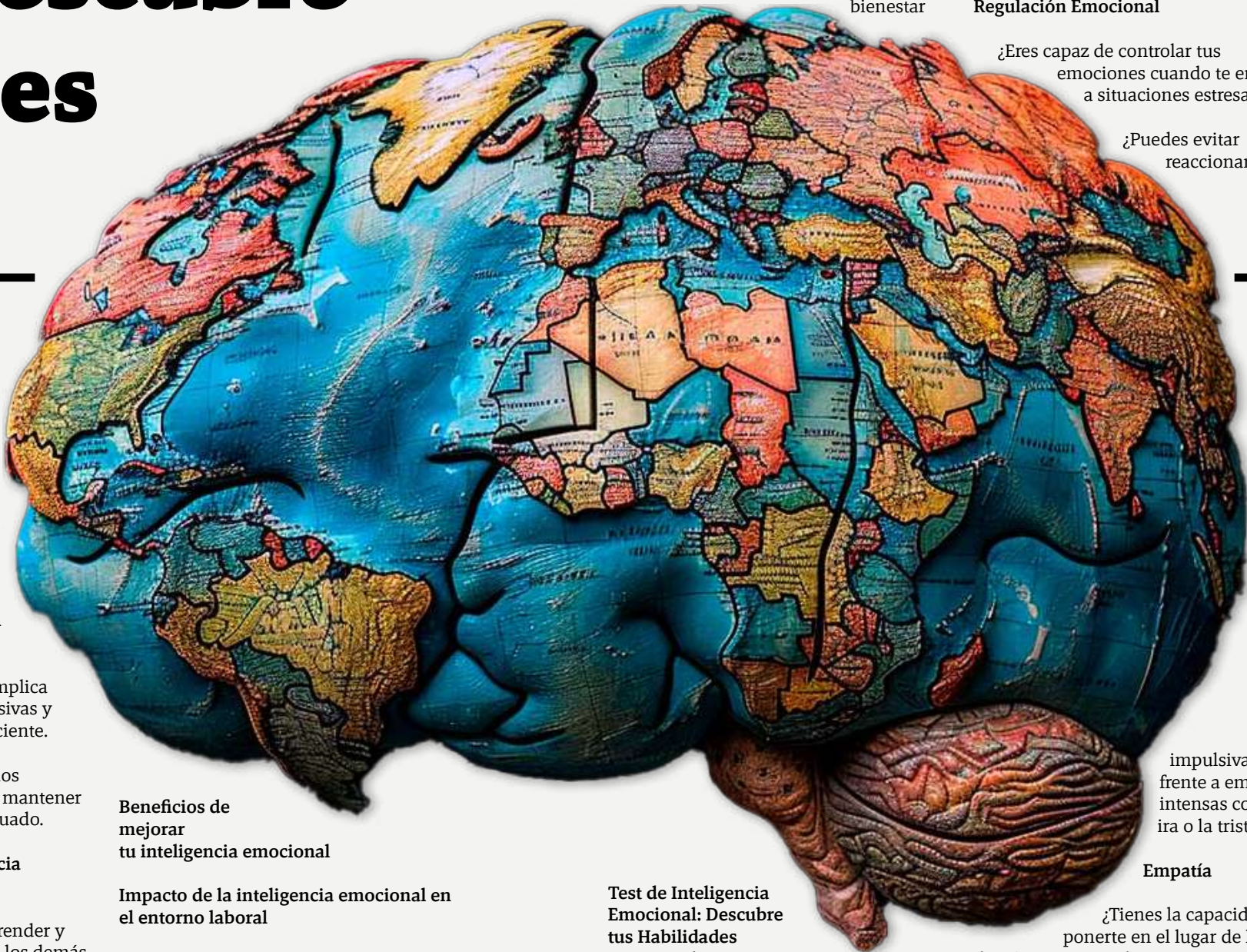
c) Me desconecto emocionalmente y evito enfrentar la situación.

¿Cómo te sientes al recibir críticas constructivas?

a) Me siento herido y defensivo, y tiendo a reaccionar con irritabilidad o resentimiento.

b) Acepto las críticas de manera abierta y veo en ellas oportunidades de aprendizaje.

c) Me afectan mínimamente, ya que confío plenamente en mis habilidades y decisiones.



Test de Inteligencia Emocional: Descubre tus Habilidades Emocionales

Como parte de nuestra exploración sobre la importancia de la inteligencia emocional en el ámbito laboral, es fundamental comprender nuestras propias habilidades emocionales.

A continuación, te presentamos un test de inteligencia emocional diseñado para ayudarte a identificar y evaluar tus habilidades emocionales.

Responde honestamente a las preguntas y obtén una mejor comprensión de tu inteligencia emocional:

Empatía

impulsivamente frente a emociones intensas como la ira o la tristeza?

¿Tienes la capacidad de ponerte en el lugar de los demás y comprender sus emociones?

¿Te resulta fácil percibir las emociones de las personas que te rodean y responder de manera empática?

Habilidades Sociales

¿Te sientes cómodo interactuando con diferentes personas en entornos sociales?

¿Eres capaz de resolver conflictos de manera efectiva y mantener relaciones interpersonales saludables?

Comunicación Emocional



¿Cómo manejas las emociones negativas como la tristeza o la ira?

a) Tiendo a reprimir mis emociones y evitar enfrentarlas.

b) Busco actividades que me ayuden a canalizar esas emociones de manera saludable, como el ejercicio o la meditación.

c) Expreso abiertamente mis emociones negativas sin preocuparme por las consecuencias.

Cuando un colega tiene un mal día, ¿Cómo reaccionas?

a) Me mantengo distante y evito involucrarme emocionalmente.

b) Ofrezco mi apoyo y empatía, tratando de comprender sus sentimientos y ofreciendo ayuda si es necesario.

c) Ignoro sus emociones y me centro únicamente en mi trabajo.

¿Cómo te comunicas en situaciones de conflicto?

a) Me resulta difícil expresar mis emociones y suelo evitar confrontaciones directas.

b) Busco un diálogo abierto y respetuoso, tratando de comprender las perspectivas de todas las partes involucradas.

c) Me dejo llevar por mis emociones y

puedo reaccionar de manera impulsiva o agresiva.

Analiza los resultados del Test Una vez completado el test, suma el número de respuestas de cada tipo (a, b, c) y consulta el siguiente puntaje para interpretar tus resultados:

Mayoría de respuestas tipo A: Tu nivel de inteligencia emocional puede estar en proceso de desarrollo. Considera trabajar en la identificación y gestión de tus emociones para mejorar tu bienestar personal y relaciones interpersonales.

Mayoría de respuestas tipo B: Tienes un buen nivel de inteligencia emocional. Eres consciente de tus emociones y muestras habilidades para manejarlas de manera efectiva en diferentes situaciones.

Mayoría de respuestas tipo C: Es posible que tengas un alto nivel de inteligencia emocional, pero es importante evaluar cómo tus acciones impactan en tus relaciones y entorno laboral. Asegúrate de mantener un equilibrio saludable entre expresar tus emociones y considerar las necesidades de los demás.

Consejos para desarrollar tu inteligencia emocional

En esta sección, encontrarás prácticas y recomendaciones para fortalecer tus habilidades emocionales y fomentar un desarrollo personal integral. A continuación, se detallan algunas estrategias clave:

Prácticas diarias para potenciar tu inteligencia emocional

Realizar ejercicios de meditación y mindfulness.

Llevar un diario emocional para identificar patrones de comportamiento.

Practicar la empatía en interacciones cotidianas

Aprender a identificar y gestionar tus emociones en situaciones cotidianas.

Es fundamental reconocer tus emociones y entender cómo influyen en tus decisiones y conductas diarias.

Algunas estrategias útiles son:

Tomarte un momento para reflexionar antes de responder impulsivamente.

Practicar la autorregulación emocional en situaciones de estrés.

Buscar apoyo y comunicar tus emociones de forma asertiva.

Fortalecimiento de las habilidades emocionales para el desarrollo personal

Para potenciar tu inteligencia emocional y promover un crecimiento personal continuo, es importante:

Desarrollar la resiliencia ante situaciones adversas.



Buscar el equilibrio emocional en diferentes aspectos de tu vida.

Invertir en tu bienestar emocional a través de actividades que te motiven y te hagan sentir realizado.

Explorando las dimensiones de la inteligencia emocional

Atención plena: clave en la gestión emocional. La atención plena se refiere a la capacidad de estar presentes en el momento actual, sin distraerse por pensamientos o preocupaciones pasadas o futuras.

Claridad emocional: comprensión profunda de tus sentimientos. La claridad emocional implica tener un entendimiento profundo de nuestras emociones, identificando con precisión qué estamos sintiendo en cada situación.

Reparación emocional: sanar y crecer a través de las emociones. La reparación emocional nos permite aprender de nuestras experiencias emocionales pasadas, sanar heridas emocionales y crecer a nivel personal.

Test de inteligencia emocional en el ámbito laboral

La importancia de la inteligencia emocional en el éxito profesional

La inteligencia emocional juega un papel fundamental en el ámbito laboral, ya

que no solo se trata de tener habilidades técnicas, sino también de saber gestionar nuestras emociones para alcanzar el éxito en nuestras metas profesionales.

El manejo adecuado de nuestras emociones nos permite mejorar la comunicación, resolver conflictos de manera efectiva y mantener un ambiente laboral positivo.

Cómo mejorar tu rendimiento laboral mediante la gestión emocional

Mejorar nuestro rendimiento laboral implica conocer y controlar nuestras emociones en el entorno de trabajo.

La inteligencia emocional nos ayuda a manejar el estrés, la presión y la frustración de manera más efectiva, lo que repercute en una mayor productividad y satisfacción en nuestras tareas diarias.

Al tener una gestión emocional adecuada, podemos tomar decisiones más acertadas, trabajar en equipo de forma más eficiente y adaptarnos a los cambios con mayor facilidad.

Estrategias para potenciar la inteligencia emocional en el trabajo

Para potenciar nuestra inteligencia emocional en el trabajo, es importante desarrollar habilidades como la empatía, la escucha activa, la asertividad y la gestión del conflicto.

Practicar la autoconciencia emocional, identificar nuestras fortalezas y áreas de mejora, y buscar el equilibrio emocional son prácticas clave para fortalecer nuestra inteligencia emocional en el entorno laboral.

Además, fomentar un clima laboral positivo, promover la colaboración y el reconocimiento, y establecer relaciones interpersonales saludables son aspectos fundamentales para crear un ambiente de trabajo en el que la inteligencia emocional florezca de manera óptima.

Claves para gestionar tus emociones en el día a día

Ejercicios prácticos para manejar tus emociones de forma positiva

Practicar la respiración profunda y pausada puede ayudarte a calmarte en situaciones estresantes.

También puedes llevar un diario emocional para identificar patrones y tomar conciencia de tus emociones.

Reconociendo y expresando tus emociones de manera saludable

Es importante reconocer tus emociones sin juzgarte a ti mismo. Expresar tus sentimientos de forma asertiva y honesta puede fortalecer tus relaciones interpersonales y ayudarte a sentirte más tranquilo.

Construyendo una relación positiva contigo mismo a través de la inteligencia emocional

Practica el autocuidado y la autocompasión. Hazte consciente de tus pensamientos autocríticos y trabaja en cambiarlos por pensamientos más amorosos y compasivos hacia ti mismo.

Aprende a tratarte con amabilidad y respeto en todo momento.



100 frases Instagram para Estrategia de Marketing en la venta de Viajes

En el mundo actual, donde las redes sociales juegan un papel fundamental en la promoción y visibilidad de las empresas, es imprescindible utilizar estratégicamente las frases Instagram en el marketing de viajes.

Estas frases, con su poder de síntesis y estilo atrayente, son capaces de captar la atención de los usuarios y generar interés en los productos turísticos que estamos promocionando.

Las frases Instagram son un recurso valioso para transmitir emociones, despertar la imaginación y conectar con los deseos de los viajeros.

A través de ellas, se puede crear una experiencia emocional con los potenciales clientes, mostrándoles lo que podrían vivir y sentir al elegir un determinado destino.

Además, las frases Instagram son altamente compartibles, lo que permite que el mensaje de la agencia de viajes se difunda rápidamente en las redes sociales.

Esto no solo aumenta la visibilidad de la agencia, sino que también puede generar un efecto viral, alcanzando a una amplia audiencia de manera orgánica.

Otro aspecto clave es que las frases Instagram pueden ayudar a construir la identidad de marca de una agencia de viajes.

Al contar con frases originales y diferenciadoras, se puede destacar frente a la competencia y transmitir los valores y propuesta única de la empresa.

Cómo seleccionar las frases adecuadas para tu agencia de viajes

Al elegir las frases para tu agencia de viajes, es importante considerar tu público objetivo y los mensajes que

deseas transmitir. Aquí te presentamos algunos consejos para seleccionar las frases adecuadas:

Define tu imagen de marca: Antes de elegir las frases, es importante definir la imagen de marca que deseas proyectar.

¿Quieres transmitir aventura, relajación, cultura o lujo? Ten en cuenta esta información al seleccionar las frases.

Investiga a tu público objetivo: Conoce a tu audiencia y comprende qué tipo de frases les resonarán más. Considera su edad, intereses y motivaciones al elegir las frases para tu agencia de viajes.

Refleja la experiencia de viaje: Las frases deben capturar la esencia de la experiencia de viajar. Trata de transmitir emociones, inspiración y la promesa de vivir momentos memorables.

Utiliza frases cortas y pegadizas: En Instagram, donde la atención es limitada, las frases cortas y pegadizas funcionan mejor. Opta por frases que sean fáciles de recordar y que capturen la atención del lector rápidamente.

Adapta las frases a tu nicho de mercado: Si tu agencia de viajes se especializa en un determinado tipo de viajes, como viajes de lujo o turismo gastronómico, asegúrate de que las frases se ajusten a ese nicho y lo destaquen.

Recuerda que las frases Instagram son una herramienta poderosa para transmitir el mensaje de tu agencia de viajes.

Selecciona las frases que mejor representen tu marca y apelen a tus clientes potenciales.

¡No subestimes el poder de las palabras y haz que tu agencia de viajes destaque en el mundo online!

100 Ejemplos de frases Instagram para diferentes tipos de acciones

“Descubre el mundo a través de tus propios ojos.”

“Explora más, preocúpate menos.”
“Viajar es la mejor inversión en experiencias.”

“No hay camino hacia la felicidad, la felicidad es el camino. ¡Viaja!”

“Colecciona momentos, no cosas.”
“El mundo es un libro y aquellos que no viajan solo leen una página.”

“Viajar es descubrir que todos están equivocados sobre otros países.”

“Deja que el mundo sea tu patio de recreo.”

“Haz el equipaje, no hagas excusas.”
“Cada viaje es una historia por escribir.”

“El viaje comienza donde termina la rutina.”

“El mejor regalo que puedes darte a ti mismo es un nuevo destino.”

“No busques, descubre.”

“Viajar es la única cosa que compras y que te hace más rico.”

“Haz del mundo tu lienzo y de la aventura tu pincel.”

“El viaje más importante es el que aún no hemos hecho.”

“El viaje te enseña lo que los libros no pueden.”

“El mundo es demasiado grande como para quedarse en un solo lugar.”

“Nunca es tarde para explorar un nuevo destino.”

“Descubre tu propio camino en el mundo.”

“El verdadero viaje comienza cuando termina el mapa.”

“La vida es corta, el mundo es grande. ¡Haz tus maletas!”

“Viaja ligero, vive intensamente.”

“No viajamos para escapar de la vida, viajamos para que la vida no se escape de nosotros.”

“No es el destino, sino el viaje lo que importa.”

“En cada rincón del mundo hay una aventura esperando a ser descubierta.”

“La mejor terapia es un pasaje a un lugar desconocido.”

“Viajar es abrir los ojos y el corazón.”

“La vida es una aventura, vívela con pasión.”

“No hay nada como volver a un lugar que nunca ha cambiado para darte cuenta de cuánto has cambiado tú.”

“Cada destino tiene su propia magia, ¿cuál será tu próximo hechizo?”

“Viajar es la mejor forma de perderse y encontrarse al mismo tiempo.”

“Atrévete a viajar y descubrirás que siempre hay algo nuevo por conocer.”

“El mundo es un libro y aquellos que no viajan solo leen una página.”

“Descubre el mundo con los ojos del corazón.”

“Viajar es la única cosa que compras y que te hace más rico.”

“Haz del mundo tu hogar, cada destino es una nueva habitación.”

“No viajes para escapar de la vida, viaja para que la vida no se te escape.”

“La vida es un viaje, no un destino.”

“A veces, el viaje más importante es el que te lleva de vuelta a ti mismo.”

“El mundo es un lienzo y tú eres el artista.”

“Viaja, explora, descubre. El mundo está esperando por ti.”

“La mejor educación se encuentra fuera de las aulas.”

“No hay malos días cuando estás viajando.”

“La vida está llena de aventuras, ¿estás listo para vivirlas?”

“Viajar es como soñar con los ojos abiertos.”

“Las mejores historias comienzan con un billete de avión.”

“No importa cuántos pasos des, siempre será más grande el mundo que te queda por recorrer.”

“Descubre la belleza que hay en cada rincón del mundo.”

“La aventura está llamando a tu puerta, ¿te atreves a abrirla?”

“Los mejores recuerdos se hacen en lugares inesperados.”

“Viajar te enseña que no importa dónde estés, siempre hay algo nuevo por aprender.”

“El mundo está lleno de maravillas, solo tienes que salir y encontrarlas.”

“Cada destino tiene su propia historia, ¿cuál será la tuya?”
“La vida es corta, los viajes son eternos.”

“El viaje nunca termina, solo se transforma en nuevas experiencias.”

“La vida comienza al final de tu zona de confort.”

“La aventura te espera en cada esquina.”

“El mundo está lleno de posibilidades, ¿a cuál te lanzarás primero?”

“Viajar te conecta con el mundo y contigo mismo.”

“La felicidad se encuentra en los pequeños momentos de un gran viaje.”

“No hay maleta para llevarse todos los recuerdos que se hacen en un viaje.”





“Cada viaje es una oportunidad para descubrir algo nuevo sobre ti mismo.”

“No hay caminos cortos para alcanzar lugares increíbles.”

“Viajar te enseña que la vida no se mide por el número de respiraciones que tomas, sino por los lugares que visitas y las experiencias que vives.”

“La mejor manera de aprender sobre el mundo es salir y explorarlo.”

“La vida es una aventura, no tengas miedo de explorarla.”

“No te preocupes por el camino, preocúpate por la historia que te llevas contigo.”

“En cada viaje, descubres una parte nueva de ti mismo.”

“La mejor vista viene después de la subida más difícil.”

“Viajar es la única cosa que puedes comprar que te hace más rico.”

“La vida es una gran aventura, ¿dónde te llevará la próxima?”

“No hay regreso cuando te has enamorado del camino.”

“Descubre el mundo y descubre quién eres realmente.”
“Cada destino tiene algo único que ofrecer, ¿cuál te robará el corazón?”

“Los viajes son la mejor manera de recargar tu mente, cuerpo y espíritu.”

“La vida está llena de aventuras esperando a ser vividas.”

“No se trata de los lugares que visitas, sino de las personas que conoces en el

camino.”

“Viajar es la única cosa que puedes hacer que te haga más rico.”

“El viaje más importante es el que te lleva a casa contigo mismo.”

“Nunca es tarde para empezar una nueva aventura.”

“Viajar es la mejor medicina para el alma.”

“La vida es demasiado corta para quedarse en un solo lugar.”

“Cada viaje es una oportunidad para reinventarte a ti mismo.”

“La aventura te espera en cada destino, ¿estás listo para aceptarla?”

“No hay experiencias malas cuando se trata de viajar.”

“Descubre el mundo con una mente abierta y un corazón curioso.”

“La vida es una aventura salvaje, ¡no tengas miedo de montarla!”

“Viajar es la mejor forma de perderse y encontrarse al mismo tiempo.”

“Los viajes son la única cosa que compras que te hacen más rico.”

“No te pierdas en el mapa, encuentra tu propio camino.”

“Viajar es la mejor manera de conectar con el mundo que te rodea.”

“Cada destino es una oportunidad para aprender algo nuevo sobre ti mismo.”

“La vida es un viaje, no un destino.”

“Descubre el mundo y descubre quién eres realmente.”

“Viajar te enseña que la felicidad se encuentra en las experiencias, no en las cosas.”

“El mundo es un libro y aquellos que no viajan solo leen una página.”

“La vida es un viaje, disfruta del paseo.”

“Los mejores recuerdos se hacen en los viajes, no en casa.”

Estas son solo una recopilación de frases, seguro que tu consigues crear algunas más atractivas e impactantes, ¿te atreverías a practicar con algunos ejemplos?, aquí te dejamos algunos que NO te serán difíciles de superar

Playas paradisíacas: “Sumérgete en las aguas turquesas y encuentra la tranquilidad en la arena blanca. El paraíso está a solo un vuelo de distancia.”

Aventuras en la montaña: “Desafía tus límites y conquista las cumbres más altas. La cima del mundo te espera, solo necesitas dar el primer paso.”

Ciudades vibrantes: “Callejea entre arquitectura impresionante, saborea la gastronomía local y déjate atrapar por el ritmo único de esta metrópoli. La ciudad nunca duerme, ¿estás listo para sumergirte en su energía?”

Explorando la naturaleza: “Respira el aire puro del bosque, escucha el rugido de las cascadas y descubre la belleza oculta en cada rincón. La madre naturaleza te invita a explorar su vasto territorio.”

Cultura y patrimonio: “Viaja en el tiempo mientras te adentras en los vestigios de antiguas civilizaciones. Cada piedra tiene una historia que contar, ¿estás listo para descubrir el legado del pasado?”

Integrando las frases Instagram en la estrategia de contenido

Una vez que hayas seleccionado las frases adecuadas para tu agencia

de viajes, es hora de integrarlas estratégicamente en tu contenido.

Aquí te mostramos cómo puedes aprovechar al máximo el potencial de estas frases en tu estrategia de marketing:

Publicaciones en redes sociales

Utiliza las frases Instagram en tus publicaciones diarias en las redes sociales de tu agencia de viajes. Acompaña cada foto o video con una frase que capture la esencia del destino o la experiencia que estás promocionando. Esto ayudará a generar interés y atraer a más seguidores a tu perfil.

Blog y página web

Aprovecha las frases Instagram para crear títulos llamativos y atractivos en tus artículos de blog y en tu página web. Utiliza frases que despierten la curiosidad de tus lectores y los inciten a leer más sobre los destinos o servicios que ofreces.

Además, puedes utilizar estas frases como subtítulos o destacarlas en negrita para captar la atención del lector.

Descripciones de productos y paquetes de viaje

Cuando estés creando las descripciones de tus productos y paquetes de viaje, incluye frases Instagram que transmitan la emoción y las experiencias únicas que los viajeros podrán vivir.

Estas frases ayudarán a generar un sentido de urgencia y a motivar a los clientes potenciales a reservar sus viajes.

Vídeos promocionales

No te olvides de utilizar las frases Instagram en tus vídeos promocionales. Puedes insertarlas como subtítulos o incluirlas en la narración para transmitir la emoción y la belleza de los destinos que promocionas.

Las frases Instagram darán un toque adicional de encanto y captarán la atención de los espectadores.

Campañas de email marketing

Integra las frases Instagram en tus campañas de email marketing. Utilízalas como asunto o como elementos destacados en el contenido del correo

electrónico.

Las frases llamativas despertarán la curiosidad de los suscriptores y aumentarán las tasas de apertura y clics. Recuerda que el objetivo es captar el interés de los destinatarios y motivarlos a reservar sus viajes contigo.

Al integrar las frases Instagram de manera estratégica en tu contenido, podrás potenciar el impacto de tus mensajes y captar la atención de tu público objetivo.

Recuerda adaptar las frases a la identidad de tu agencia de viajes y a los destinos que promocionas. ¡No subestimes el poder de unas palabras bien elegidas!

Herramientas para optimizar el uso de frases en la estrategia de marketing



Para aprovechar al máximo el potencial de las frases Instagram en tu estrategia de marketing de agencia de viajes, es importante contar con herramientas que te ayuden a optimizar su uso y conseguir mejores resultados.

A continuación, te presentamos algunas herramientas útiles:
Planificador de hashtags: Utiliza herramientas como Hashtagify o RiteTag para investigar y analizar los hashtags más relevantes y populares relacionados con los viajes. Esto te permitirá seleccionar los hashtags adecuados para tus publicaciones en Instagram y aumentar tu visibilidad.

Generadores de contenido: Existen herramientas como Canva o Adobe Spark que te permiten crear imágenes

visualmente atractivas con las frases Instagram. Estas herramientas incluyen plantillas prediseñadas y opciones de personalización para crear contenido único y llamativo.

Programación de publicaciones: Utiliza herramientas como Hootsuite o Buffer para planificar y programar tus publicaciones en Instagram. Esto te permitirá mantener una presencia constante en la plataforma y optimizar la interacción con tu audiencia.

Análítica de Instagram: Apóyate en herramientas como Instagram Insights o Iconosquare para analizar el rendimiento de tus publicaciones y conocer las preferencias y comportamientos de tu audiencia. Esto te ayudará a ajustar tu estrategia y maximizar el impacto de las frases Instagram.

Recopilación de testimonios: Utiliza herramientas como Typeform o Google Forms para recopilar testimonios de tus clientes sobre sus experiencias de viaje. Estos testimonios pueden ser utilizados como frases Instagram y generar credibilidad y confianza en tu agencia.

Aprovecha estas herramientas para optimizar tu estrategia de marketing y sacar el máximo partido a las frases Instagram en el contexto de tu agencia de viajes.

Recuerda que la creatividad y la adaptación a tu público objetivo son clave para alcanzar el éxito en Instagram.

Entrevista con Special Tours



¡Descubre los mejores circuitos para Semana Santa y Verano de Special Tours y las claves para cerrar su venta!

Hoy nos adentramos en el mundo de los circuitos de la mano de Adrián Garzón y Special Tours.

Adrián nos cuenta cómo ha arrancado este 2024 para la empresa, con una temporada que promete ser todo un éxito.

Adrián, un placer tenerte nuevamente en el programa. Cuéntanos, ¿Cómo ha comenzado este 2024 para Special Tours?

Pues este 2024 podemos decir que hemos empezado una temporada bastante correcta. Teniendo todo el producto a la venta como ya tenemos, hemos hecho una gran labor de anticipación.

Podemos estar muy a gusto, pues con estos dos primeros meses que acaban de terminar, ahora de enero y febrero, donde con todo el producto posicionado, las agencias cada vez están aprovechando mucho más ese periodo de venta anticipada y podemos estar bastante contentos respecto a cómo empezamos el 2023.

Sin duda alguna, quedan todavía muchos meses por delante, pero la percepción en la calle es bastante positiva y nosotros estamos contentos.

Fantástico, Adrián. Dinos ¿Cómo crees que va a impactar la venta anticipada este año?

Sí, mencionaba antes que la anticipación y la venta anticipada, por supuesto, son detalles fundamentales a día de hoy.

Sobre todo, el consumidor cuando va a la agencia de viajes, está cada vez más encima, intentando buscar el mejor precio. Buscando la anticipación para poder fraccionar sus pagos o para poder tener una dinámica de compra mucho más ágil.

Para nosotros, esto que es una cosa que nos pedían siempre las agencias de viajes, lo hemos intentado trabajar y creo que este año hemos tenido una anticipación brutal.

Hemos puesto el producto en la calle, desde antes de que terminara el año 2023, con todo el producto ya en el 2024 como os decía.

Pues es muy fácil para las agencias entrar, reservar con todo lo que es los riesgos que tenemos, con toda la línea regular, con todos nuestros productos.

Al final, lo que pretendemos siempre es darle la mayor herramienta de venta a los agentes de viaje y por supuesto creo que el diferencial absoluto que nos lo agradecen mucho, es que podamos tener esa venta anticipada, ese producto cuanto antes en la calle.

Adrián, habéis apostado muy fuerte por esta Semana Santa, ¿verdad?

Pues sí, hemos apostado muy fuerte. Sabéis que desde Special Tours y desde grupo Ávoris siempre apostamos por, ya no solo la línea regular de nuestros productos, siempre a través del motor de vuelos tan potente que tenemos, el que podemos llegar con cualquier línea regular a cualquier destino de Europa.

Pero uno de nuestros puntos fuertes, siempre son esos vuelos, esa operativa Charter que ponemos a disposición de todos los agentes de viajes en muchísimos aeropuertos.

Para esta Semana Santa, hemos tenido Bilbao, hemos tenido Vitoria, estamos también con operativa en Pamplona, estamos con operativa en Santiago. Tenemos muchos aviones posicionados para al final poder dotar de diferentes opciones a los agentes.

Si tuviera que destacar alguno, yo creo que hemos sacado un itinerario muy chulo en Bilbao – Cork, al sur de Irlanda para no hacer la clásica escapada directamente a Dublín y hacer solo la estancia en Dublín, queremos que los clientes conozcan esa parte más de naturaleza que tiene Irlanda.

Nuestro itinerario llega y se va hacia el oeste. Hacemos como las agujas del reloj, para luego ya salir por Dublín, vemos muy bien los diferentes parques nacionales, diferentes parques naturales, que es una auténtica gozada esa operativa y por lo demás pues muchísimos destinos más, Puglia, hemos puesto también Roma, hemos puesto también desde Zaragoza un Bretaña, en fin, creemos que estamos dotando de una oferta bastante grande para esta operativa de Semana Santa 2024.

Gracias, Adrián. Ahora entiendo que estéis ya totalmente centrados en la programación del verano.

Sí, está clarísimo, después de Semana Santa,

incluso un pelín antes, ya lo estamos trabajando. Nuestro principal objetivo es el verano, que tengamos un verano muy bueno de venta.

Como os decía durante toda la entrevista, hemos tenido el producto desde mucho tiempo atrás, para que el agente de viajes lo pueda difundir, lo pueda posicionar entre sus clientes.

Una vez pase la Semana Santa, ya empezamos con el arranque de muchas operativas, porque uno de los objetivos también que hemos tenido no durante este año, sino de años anteriores, es que el agente de viajes tenga cada vez un período más amplio de venta.

Estamos yéndonos a Irlanda en mayo y terminando en octubre, estamos sacándolo de los meses por ejemplo de verano, estamos ampliando mucho la operativa en Escocia, en Francia, en Países Bajos, en Croacia.

Aumentamos también muchísimo y tenemos una operativa como os decía siempre o bien en línea regular, pero también con esos vuelos charter, seguimos teniendo una gran cantidad, un gran abanico de vuelos charter desde diferentes puntos de España como os digo para este verano, para que podamos enfocarlo, para que podamos aprovecharnos de esas tarifas fijas, para que podamos al final dar un mayor servicio donde no llega la línea regular.

Adrián, ¿Qué puedes contarnos en cuanto a novedades de producto para esta temporada?

Siempre hablamos que en un producto como el de circuitos y en Europa, es difícil innovar, es difícil traer novedades, pero yo vengo aquí hoy a contaros que esto es totalmente erróneo.

Es falso, porque traemos novedades, os he contado ya las dos novedades de nuestros vuelos, pero sí me gustaría hablaros sobre todo de nuestro producto más especial, nuestro producto de Encantos.

Ahí hemos introducido novedades y a mí una que me gusta muchísimo es, por ejemplo, la novedad de un circuito en Centro Europa “Centro Europa con Encanto”.

Alguno se preguntará, ¿qué novedad puede tener un circuito que hace Praga, Viena, Budapest? Pues yo os lo digo fácil, estamos durmiendo en Český Krumlov, que si alguno no lo conoce es una ciudad medieval exquisita en República Checa, un sitio de Cuento de Hadas.

En esta misma línea de Encantos, siempre me gusta destacar que intentamos traer cosas nuevas a esos circuitos que ya tenemos, por ejemplo en “Encantos de Toscana” vamos a dedicar un día a Cinque Terre.

Volvemos a hacer la visita más vendida, que más esperan los clientes en Toscana. Así que creo que estos dos puntos, sumados a algunos itinerarios por supuesto donde hemos rescatado algunas cositas, hemos cambiado y mejorado algunos hoteles, muchas novedades de operativa, en cuanto a los vuelos pero sí que me gusta que en esa parte de novedades, un producto que trabajamos muy bien “Encantos”.

Gracias, Adrián, por último, si tuvieras que elegir un destino para viajar este verano, ¿cuál sería?

Bueno me pides un destino ¿no? aquí la pregunta es clásica, la respuesta podría ser clásica y decirte no te

puedo recomendar un destino, porque Special Tours tiene los mejores destinos y todos serían buenos para recomendar.

Pero como me pides que me moje, voy a hablarte de un itinerario que hemos hecho completamente nuevo, que es un itinerario que yo le tengo mucho cariño, que es el de Inglaterra.

El Inglaterra como lo teníamos antiguamente, era un circuito, por así decirlo, en el cual veíamos algunas ciudades, pero no teníamos todavía una profundidad grande.

Para este año 2024, nuestro circuito de Inglaterra lo hemos cambiado, estamos teniendo visitas guiadas en Cambridge, visitas guiadas en York, visitas guiadas en Chester, el cliente va a tener esa sensación de estar tranquilo en la zona, tener esas visitas, pero tener tiempo libre para tomarse una cerveza, hacer una actividad extra o simplemente comprar algún Souvenir.

Esto es lo que queremos buscar en este circuito de Inglaterra y no me quiero dejar, una de las grandes novedades que tenemos en este circuito para el verano y es que vamos a ser el único touroperador, que vamos a ofrecer semana a semana una visita en este circuito de Inglaterra, de los Crows, que no sé si alguno lo conoce, pero es esa parte de campiña inglesa, esa parte de película de la serie de Downton Abbey, con esas casitas de piedra, el tejado ese, esa Inglaterra más tradicional.

Pues nosotros, una de las tardes del circuito, la dedicaremos a visitarla pasando por un pueblo espectacular que se llama Bourton on the Water, creo que al cliente le va a gustar mucho, los agentes de viaje nos pedían novedades también en los destinos y yo si tuviera que decantarme por un viaje para este 2024, sin duda alguna, Inglaterra.

Special tours

Special
tours

CIRCUITOS EUROPA

EN VUELOS ESPECIALES HACIA:
BULGARIA - CENTRO EUROPA - CROACIA
ESCANDINAVIA - IRLANDA - ITALIA - POLONIA
REINO UNIDO - RUMANÍA

Salidas garantizadas desde:

Asturias, Barcelona, Bilbao, Madrid,
Málaga, Pamplona, Santiago De
Compostela, Sevilla, Valencia y
Zaragoza



¡Consulta nuestra programación!

- Vuelos especiales
- Vuelos línea regular
- Circuitos con encanto
- Salidas garantizadas

Información y reservas en: www.specialtours.es

sóloagentes

ACTUALIDAD PARA AGENTES DE VIAJES

EDICIÓN **CONVENCIÓN GEOMON - 2024**



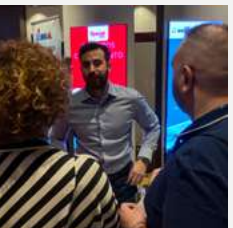
LA FOTOGRAFÍA. La tradicional foto de grupo de la Convención se realizó este año en el Hotel Impressive Granada Golf en Motril. **Pag. 14**

LA ORGANIZACIÓN. Estuvo a cargo de Mariano Sola, Director Comercial del Grupo y de todo su equipo. Un éxito de organización y gestión de los eventos programados.



WORKSHOP.

El sábado se dieron cita más de 100 proveedores para trabajar junto a los Agentes del Grupo.



EL HOTEL.

Este año la Convención tuvo lugar en el Hotel Barceló Granada Congress de Granada.

Geomoon celebra en Granada el IV Foro de Agencias de Viajes con más de 350 Agentes.

El Foro Anual del Grupo, tuvo este año como lema “El impulso decisivo”



LA CENA DE GALA. EL EVENTO FUE PATROCIONADO POR DISNEY DESTINATIONS

La cena tuvo lugar en el complejo La Mamunia de Granada este pasado sábado y estuvo tematizada y ambientada con un espectáculo musical de Disney. **Pag. 17**



CONDUCTOR DEL EVENTO.

**EL SR. CORRALES,
FUE EL ENCARGADO
DE HACER DE
MAESTRO DE
CEREMONIAS.**

Humor y profesionalidad hicieron de los dos intensos días del Foro, un evento imperdible para cualquier profesional del sector turístico. **Pag. 02**



NOVEDADES GEOMOON 2024.

Mejoras en Producto y servicios a las Agencias de Viajes.

El programa del IV Foro de Agencias de Viajes del Grupo Geomoon arrancó con la presentación del equipo y las novedades que han preparado para todas las agencias de viajes del grupo para este año 2024.

Mariano Sola, Director Comercial del grupo, dio la bienvenida a los asistentes con un vídeo de presentación de Geomoon.

Garmañe Lopez, responsable de comunicación de Geomoon, fue la encargada de comentar las últimas novedades respecto a los sistemas de ayuda implementados recientemente por el grupo como apoyo a las agencias. Uno de ellos ha sido la conexión remota desde Geomoon al equipo de los agentes de viajes para trabajar y solucionar problemas en tiempo real.

Por otra parte, Garmañe repasó los nuevos productos puestos a la venta, así como el servicio Geomoon News y recordó a todos los asistentes la posibilidad de promocionar sus productos propios entre el resto de agencias de viajes a través del sistema de Geomoon.

Por su parte, **Fabián López**, del departamento Comercial, explicó

a los asistentes el sistema de actualización de escaparates implementado en el grupo a través de pantallas de 55 pulgadas que permiten disponer de información actualizada en tiempo real, así como la ampliación del servicio de asesoría jurídica que el grupo presta a sus agentes asociados.

Víctor Navarro, director de Geoclick, consolidadora aérea del grupo, repasó el servicio ofrecido a través del sistema y comentó los nuevos productos y servicios para 2024.

Por último, **Óscar Lasa**, responsable del área corporativa, explicó el nuevo proyecto para hacer llegar productos y servicios a las agencias MICE del grupo, así como la implementación del servicio 24 horas, la autore reserva para clientes finales y la posibilidad, por parte de las agencias, de disponer de una auditoría de procedimientos.

Finalmente **Mariano Sola**, hizo hincapié en que además del personal de Geomoon, existen muchas personas que trabajan y dan soporte a los agentes del grupo, a través de los servicios transversales que dispone Grupo Ávoris.



EL EQUIPO GEOMOON.

Mariano Sola.- Director Comercial Geomoon
Garbiñe Lopez.- Departamento de comunicación Geomoon
Ana Campanada.- Departamento Backoffice Geomoon
Fabián López.- Departamento Comercial Geomoon
Oscar Lasa.- Geomoon Corporate
Tamara Cabezudo.- Departamento Backoffice Geomoon
Andrés Elorza.- Departamento Backoffice Geomoon
Victor Navarro.- Director geoclick

EL CONDUCTOR DE LA CONVENCION.

Sr. Corrales: Sin duda un verdadero acierto.

El Sr. Corrales fue el encargado de conducir el evento durante todo el fin de semana.

Indudablemente, contar con un maestro de ceremonias de su calibre en el evento fue un gran acierto, además de una garantía de éxito.

Su sentido del humor y su profesionalidad permitieron mantener a los asistentes "enchufados" durante todas las sesiones de trabajo que se desarrollaron en este IV Foro de Agencias de Viajes del Grupo Geomoon.

Tuvimos el placer de contar con su presencia en todas las actividades que se llevaron a cabo durante este intenso fin de semana y sin duda contribuyó enormemente a lograr el rotundo éxito que ha significado la Convención Geomoon 2024.



EXCMO. AYUNTAMIENTO DE GRANADA.

Juan García Montero Coordinador General Concejalía Cultura y Turismo

Juan García, coordinador general de la Concejalía de Cultura y Turismo de Granada, abrió las intervenciones institucionales y agradeció a Geomoon y a los asistentes el haber elegido este año Granada como lugar de reunión.

Juan destacó el reto que supone para Granada querer ser capital europea de la cultura e instó a todos los agentes de viajes a convertirse en embajadores de esta gesta.

También destacó los aspectos culturales, históricos y patrimoniales que encierra Granada.

Por último aludió a los 500 años de la fundación de la Universidad de Granada, la cual sin duda ha contribuido a que la ciudad tenga el mayor número de estudiantes Erasmus de toda Europa.

Para finalizar la participación institucional en la Convención, pudimos ver el impactante vídeo promocional de **Andalusian Crush**.



EXCMO. AYUNTAMIENTO DE GRANADA.

Fernando Egea Fernandez – Montesinos Delegado Territorial de Turismo, Cultura y Deporte

Fernando Egea Fernández-Montesinos, Delegado Territorial de Turismo, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Granada, se sumó a los agradecimientos de su colega y puso el foco en otras áreas de la provincia de Granada que permiten al viajero disfrutar de su estancia, además de todo lo que ofrece la ciudad de Granada.

Actividades como volar en globo para conocer a vista de pájaro esta maravillosa provincia andaluza,

los impresionantes cambios de orografía que se pueden encontrar, y teniendo las playas de la Costa Tropical a solo 45 minutos de Granada, así como Sierra Nevada y sus pistas de esquí.

Sin duda, recalcó que la provincia de Granada es un lugar fantástico para disfrutar tanto del ocio como del negocio, además de destacar a sus habitantes y su gastronomía.



IRYO.

Rosa Iglesias López Ejecutiva de Cuentas

Rosa centró su intervención en repasar la actual presencia de Iryo en ya 11 ciudades, además de hablar sobre sus tarifas actuales, siempre flexibles e incluyendo los trenes de cercanías. También hizo hincapié en sus 4 opciones gastronómicas. Por último, recordó las tarifas exclusivas para agencias de viajes y las ofertas para grupos MICE. Para Iryo, los agentes siempre han sido y seguirán siendo un pilar fundamental en sus ventas y socios en el negocio del transporte.



INTERMUNDIAL.

Carlos Uceda Director de Negocio

Carlos habló de los 3 pilares que representan a Intermundial: producto, tecnología y servicio. Con 30 años de experiencia, han logrado ofrecer un servicio 360. También destacó algunos aspectos de su plataforma, relacionados con la emisión, consulta de información y gestión del siniestro, así como próximamente un módulo financiero. Concluyó hablando del servicio de telemedicina, que permite al viajero tener acceso a un médico en menos de 2 minutos a través de la pantalla de su teléfono móvil.



IBERIA.

Eduardo Rojas Key Account Manager Ávoris

Eduardo recordó que Iberia es actualmente una de las compañías aéreas más puntuales del mundo. Comentó los nuevos destinos de la compañía, así como su actual foco en América Latina para lo cual precisa de ayuda de las agencias de viajes. Por último, habló de tres aspectos significativos actualmente: la potenciación de la clase turista premium, el nuevo vuelo Madrid - Doha y, a partir de octubre, el nuevo vuelo a Tokio.



SAMA TRAVEL

Nicolas M Delegado Comercial

Nicolas centró su intervención en su triple viaje combinado, en el que todas las semanas hay programadas entradas por una ciudad y salidas por otra, con vuelos directos a, Skopjje, Lubljana y Sarajevo. También habló de las ventajas que suponen estos viajes experienciales, en los que la población no está acostumbrada con el turismo y se vuelcan con el viajero. Por último, habló de los vuelos charter de este verano, así como los descuentos especiales por venta anticipada y la tarifa de mayores de 55 años.



AMADEUS.

Fernando puelles Head of Strategic Customer Success

Amadeus nos habló de las tendencias en el sector turístico para este año: El turismo musical, que está atrayendo a verdaderas olas de gente, tanto dentro como fuera de España. También el fenómeno de los Agentes Influencers, con gran aceptación entre la generación Z y que han convertido Tik Tok en una máquina de vender viajes, así como las pasarelas aéreas eléctricas, que ya son una realidad y que veremos volar a estos aerotaxis el próximo año en la Expo de Osaka. Por último habló de la tendencia a crear una clase business accesible, ya que el 75% de los beneficios de las compañías llegan a través de esta categoría, donde cada vez serán más flexibles y diversas a través de paquetes complementarios para personalizar más la experiencia.



AMADEUS.

Fiorella Petrone Account Manager de Ávoris

Fiorella basó su presentación en el hecho de como el NDC aporta valor añadido a la venta de billetes aéreos, tanto por los servicios que ofrece, como por las tarifas que dispone. Así mismo habló de la acumulación de millas por segmento, un servicio exclusivo con NDC, la disponibilidad de multitud de descripciones incluidas en el propio NDC, o las tarifas exclusivas que se están cargando y que disponen de un importante diferencial con respecto al GDS tradicional. Por último indicó que Amadeus ya dispone de 34 aerolíneas y próximamente incorporará 15 más, así como que Amadeus está ya presente en más de 45.000 agencias.

TDCS - TRAVELPORT

Maite Añora Directora General

En la intervención de Maite pudimos ver que aporta su sistema para las agencias de viajes, así como los dispositivos digitales que están lanzando tanto para escaparates como para sobremesa, el programa para gestionar las ofertas, por otra parte nos comentó las tarjetas virtuales que están comercializando para agencias de viajes y la inclusión de la inteligencia artificial ya en su call center.



PALLADIUM HOTELS

Luciana Stassen Sales Manager

Luciana comenzó su intervención hablándonos del Grand Palladium Kantenah en Riviera Maya, donde el niño es el rey. También no habló del programa Family selección. Por otra parte nos indicó que el Grand Palladium en Ibiza ha sido totalmente reformado y nos habló del nuevo concepto TRS solo adultos que nace en Caribe tras aplicarlo el pasado año en Ibiza. Finalmente nos habló de los Hard Rocks, tanto de las reformas realizadas en los hoteles, como de los conciertos que se realizan en los alojamientos en Ibiza y Tenerife.



FLEXIBLE AUTOS

Jesús Burillo Directora General

Jesús nos comentó las 3 líneas de producto que han incorporado a su portfolio: scotters, vehículos de carga y traslados privados. Hizo hincapié en que son un bróker de alquiler que trabaja exclusivamente con agencias de viajes. Nos habló también de la opción premium todo incluido, así como del servicio que han incluido de traslados privados punto a punto.



AIR EUROPA.

Rubén Lázaro Account Director

Rubén nos habló del cambio de aviones realizado en Air Europa, donde han pasado a operar todos los vuelos con 737 800 y 767 Dreamliner, algo que ha permitido obtener más confianza en el cliente e incrementar su tráfico. También nos habló de las acciones relativas a sostenibilidad que la compañía a puesto en marcha, tanto abordo, en vuelo, como en tierra y en sus oficinas. Como ejemplo recordó el vuelo a Habana que se opera con Biocombustible, reduciendo un 60% sus emisiones.



RENFE.

Cristina Lujan Directora Comercial

Cristina inició su intervención actualizándonos la tipología de tarifas y flexibilidad de las mismas. También hizo referencia a la sostenibilidad y a que Renfe dispone de certificación Aenor cero emisiones y el hecho de que las empresas pueden certificar su contribución. Por otra parte nos recordó la sala executive del tren, un vagón privado para 6 personas y nos animó a solicitar cotizaciones para grupos a partir de 25 pax, además de recordarnos que están ya operando las rutas de AVE a Lyon y Marsella.



WELCOMEBEDS

Rafa Muñoz
Director Comercial

Rafa nos contó cual es el destino actual con mayor demanda (New York), así como que actualmente de 270.000 hoteles subidos a su sistema, lo que le convierte en uno de los bancos de camas más importantes del mercado. Por otra parte, nos indicó que los destinos de mayor demanda después de Nueva York son Roma, Paris, Londres, Costas e Islas.

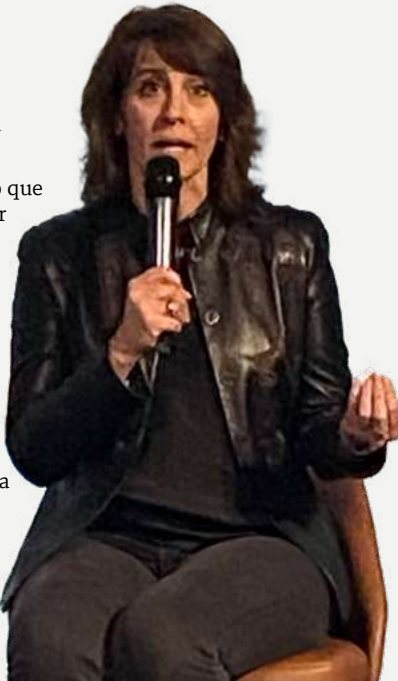


MUNDOSENIOR.

Olga Villacampa
Directora Comercial

Olga Villacampa nos recordó que los circuitos de Mundosenior pueden ser adquiridos por mayores de 55 años y que basta con uno de ellos cumpla ese requisito, para que pueden realizar la reserva.

Por otra parte hizo mención especial a los cupos, el servicio de pensión completa y las salidas de diversos circuitos por Europa desde Bilbao y Barcelona.



SPECIAL TOURS.

Adrián Garzón
Director Comercial

Adrian hizo un repaso a toda la programación de este año y utilizó las palabras de una buena parte de sus colegas, para describir la filosofía de servicio que este turoperador lleva por bandera: puntualidad, clientes perfectamente asegurados, alojamientos seleccionados para cada tipo de viajero, innovación este año en su producto de Encantos, comidas variadas y el servicio más diferenciador, su equipo de guías.



IBEROJET.

Mario Domínguez
Director Comercial

Mario recordó que ya están operando con 7 aviones y que obviamente son la fábrica de los productos y destinos que programa la parte de turoperación.

Hizo hincapié en la puntualidad de la compañía, así como en la ecología de la misma.

También recuerdo que son una compañía SAF y que operan con este tipo de combustible.

Para finalizar, recordó a los asistentes que Iberojet está cargado en Geoclick y en la ruta a Honduras que están operando para étnico a muy buen precio.



TRAVELPLAN & JOLIDEY

Pura Sevilla
Brand Manager

Por su parte Pura puso el foco en el único vuelo directo a Bangkok desde Madrid, además de en los nuevos destinos de Travelplan como son Uzbekistán, Orlando y Grecia.

Por la parte de Jolidey, no quiso dejar pasar la oportunidad de ir a Santa Clara, en el interior de Cuba y que permitirá realizar combinados con Trinidad y Cayos y Cienfuegos, por lo que es un producto nuevo y muy interesante para el que pide el máximo apoyo por parte de la red de ventas.



ÁVORIS.

Gustavo Serrano
Director Comercial

Tras la presentación de todo el producto por parte del equipo comercial de Ávoris, Gustavo habló del producto exclusivo que se crea en la organización para Geomoon.

También agradeció a todo el equipo de Geomoon, su implicación en la venta del producto de las mayoristas relacionadas con Ávoris.



CATAL.

Raúl Serrano
Director General

Raúl quiso comenzar su intervención hablando de los más de 120 países que opera Catai, una marca con 43 años en el mercado y que el personal que la integra a hecho posible llegar y mantenerse como el referente de grandes viajes en España. Talento, calidad, garantía y seguridad, son las enseñas de la marca que lógicamente sin los agentes de viajes no sería posible estar y mantenerse donde está Catai.



ÁVORIS.

Cesar Herrero
Director Fuerza de Ventas

Cesar quiso hacer una mención a toda la fuerza de ventas de Ávoris que se encarga de formar e informar a los miles de agentes de viajes con los que conviven a diario.

Aprovechó para hacer ese reconocimiento de forma directo algunos de los que nos acompañaban físicamente en la convención y no habían tenido la oportunidad de dirigirse a los asistentes a la Convención.





CLAUSURA DEL ACTO.

Las agencias de Geomoon, son socios, no asociados.

GRUPO ÁVORIS

Endika Ormacche
Director General
Asociadas Ávoris y
proyectos estratégicos
de distribución

Endika puso el broche final a la jornada, recordando a los asistentes que son lo más importante para la casa, ya que él entiende que todos los asistentes son sus socios y para Ávoris son de vital importancia.

Quiso también agradecer a Ávoris el disponer tanto y tan competitivo producto, así como al resto de proveedores que se dieron cita en la Convención.

Por último quiso destacar el que Geomoon ya había llegado a 500 puntos de venta, en gran medida gracias a Mariano Sola.

También quiso destacar las mejoras presentadas por el equipo de Geomoon y los nuevos servicios para las agencias Corporate que dispondrán en breve y que son las mismas herramientas que BTravel utiliza.

APARICIÓN EN VÍDEO.

JUAN CARLOS GONZÁLEZ

DIRECTOR GENERAL DE ÁVORIS

No pudo estar físicamente en la Convención, pero quiso transmitir un mensaje a todos los asistentes.

En esta ocasión Juan Carlos González, Director General de Ávoris no pudo asistir físicamente a la Convención como en otras ocasiones, pero no quiso dejar pasar la oportunidad de enviar un

mensaje de vídeo agradeciendo el esfuerzo que todos los agentes del grupo realizan a diario y recordándoles que él es un firme defensor de las agencias físicas.



RECONOCIMIENTO.

Ovación cerrada y espontánea por parte de toda la Convención por su labor diaria en Geomoon.

Mariano Sola, director comercial de Geomoon y la cara visible del grupo, fue reconocido por Endika Ormaeche y otros ponentes a lo largo de sus intervenciones durante la Convención. La predisposición permanente a buscar soluciones para los agentes de viajes que conforman el grupo no pasa desapercibida, ya que al finalizar la primera jornada del encuentro, el auditorio se puso en pie para ovacionar al unísono a Mariano por su trabajo diario al frente de Geomoon.



CENA CÓCTEL - PATROCINADA POR IRYO.

Iryo Patrocinó la cena del primer día de Convención.

El viernes por la noche Iryo patrocinó en el hotel Barceló Congress donde se realizó la Convención, una cena cóctel que hizo las delicias de los asistentes al encuentro.

Comida, bebida y fotomatón Iryo, dieron paso a unas merecidas copas tras un intenso día de trabajo.



WORKSHOP.

Más de 100 proveedores turísticos asistieron al Workshop del sábado.

Con una participación de más de 350 Agentes de Viajes, el WorkShop celebrado el pasado sábado fue un éxito rotundo durante toda la mañana que duró el evento.





LA FOTOGRAFIA.

Fotografía de grupo de la Convención Geomoon 2024

Impressive Playa Granada Golf - Motril (Granada)



ALMUERZO - CÓCTEL EN MOTRIL.

Almuerzo en el Hotel Impressive Playa Granada Golf y Visitas a Costa Tropical



VISITAS GUIDADAS POR LA COSTA TROPICAL

Durante la tarde, los asistentes a la Convención pudieron disfrutar de visitas a Motril, Salobreña y Almuñécar.



CENA DE CLAUSURA DE LA CONVENCION - LA MAMUNIA (GRANADA)

La Fiesta de Gala de la Convención fue patrocinada y tematizada por Disney Destinations

No podía ponerse un broche más mágico a este intenso fin de semana, que con una cena de gala en un marco incomparable como es el complejo la Mamunia de Granada.

Si a esto le sumamos una fantástica tematización a cargo de Disney, el éxito, como así fue, está garantizado.

Irma Vidal Requena, Iberia Head Of Sales – Disney Destinations Spain & Portugal, nos habló de los distintos productos Disney y de la importancia que tiene el story selling para incrementar las ventas.

El poder de las historias es algo que conocen muy bien en Disney y por eso Irma nos invitaba a los agentes de viajes a ponerlo en práctica con nuestros clientes.

Durante la fantástica cena que sirvieron, fueron sucediéndose diversas actuaciones Disney en el escenario de la sala.

Miguel Ángel García, Director General de Touring Club, presentó el único vuelo directo que se va a operar este verano desde Madrid.

Por otra parte se procedió al sorteo de 45 premios aportados por los partners de la convención, entre los que cabe destacar 3 viajes para 4 personas a Disneyland París y 1 viaje para 4 personas a Orlando.

Tras la cena, música en vivo y copas hasta la madrugada. Una magnífica forma de cerrar una exitosa Convención.





CENA DE CLAUSURA DE LA CONVENCION





Esta es la programación de Viva Tours para 2024

Descubre la importante variedad de propuestas de viaje que Viva Tours nos ofrece para poder vender a nuestros clientes esta Semana Santa y Verano, consulta sus eMagazines y vídeos de destinos y prepárate para el lanzamiento de producto en nuevos destinos como Doha.



Hoy hablamos con Ángel Luis Piña, director de Viva Tours. Ángel Luis, un placer tenerte en el programa.

En tu última visita, nos hablaste del relanzamiento de Viva Tours y nos adelantaste que para este 2024, teníais previsto un montón de novedades. ¿Ya son una realidad?

Encantado de volver a estas entrevistas de soloagentes, es un placer estar con los agentes de viajes en este formato y sí, efectivamente en pocos días cumplimos 9 meses de actividad desde el relanzamiento de Viva Tours y puedo decir con mucho orgullo y aprovechamiento para agradecer el esfuerzo y trabajo del equipo de Viva Tours, que hemos conseguido desarrollar todos los objetivos que nos marcamos con Iberia, tanto de producto como de programación.

Dentro de los modelos de programación que tenemos, disponemos del vuelo + hotel y mucho más, donde ya hemos conseguido tener vacacional en 110 destinos repartidos en América, Europa, África, Islas Baleares y Canarias.

Son más de 110 destinos para reservar de una manera muy sencilla. Cogemos el vuelo, cogemos noches de hotel y siempre incluye el seguro de viaje.

A partir de ahí, mucho más. Que serían la posibilidad de meter traslados y excursiones en cada uno de los destinos.

Prácticamente hemos conseguido el 100% de las rutas aéreas de Iberia dentro de este modelo de programación.

También hemos desarrollado un formato de combinados dinámicos, donde, bueno, pues de una manera también muy fácil y muy intuitiva, combinamos dos o tres ciudades.

Disponemos ya en Europa de 5 combinados. Por ejemplo, un Roma / Florencia, un Praga / Viena, un Viena / Budapest y en breve incluiremos combinados de Atenas con Islas griegas, como por ejemplo Mikonos, Corfu, Creta y también por supuesto queremos hacer combinados con los países nórdicos, donde Iberia también tiene muchos vuelos directos.

En el caso de Estados Unidos, ya disponemos de 6 combinados, combinando Nueva York con Boston, con Chicago, con Miami, el último que hemos hecho es un Nueva York / Puerto Rico.

También tenemos Los Ángeles / San Francisco, Los Ángeles / Las Vegas / San Francisco y como novedad, también trabajando ya para incorporar un combinado Nueva York con Santo Domingo.

Gracias Ángel Luis. ¿Para este año tenéis previsto también el recuperar vuestra línea de circuitos, que también os funcionó en vuestra etapa anterior? Háblanos de ello.

Correcto, una vez hemos conseguido implementar ya los dos modelos de programación anterior.

Teníamos que recuperar sin duda los circuitos en aquellas rutas estratégicas para Iberia, como son por ejemplo el San José de Costa Rica o la ruta de Lima de Perú con sus vuelos diarios y directos.

En Costa Rica hemos planteado, a diferencia de la etapa anterior de Viva Tours, una programación más reducida, pero que a su vez, recoge el 95% de lo que los clientes demandan en este espectacular destino, que al final es un destino donde encontraremos muchísima naturaleza y muchas, muchas sorpresas.

Disponemos ya de programas de 7 noches, como por ejemplo Costa Rica a tu alcance, donde se visita San José, Parque Nacional de Tortuguero, Volcán Arenal y el bosque nuboso de Monteverde, disponemos de un programa de 8 noches donde tocamos San José, Parque Nacional de Tortuguero, Volcán Arenal y ya incluimos la finalización en playas, que pueden ser playas de Guanacaste, Manuel Antonio y como novedad también hemos incluido playas del Pacífico central, tenemos un programa de 10 noches que es el más demandado por los clientes, lo llamamos Vive el Pura Vida, en este caso tocamos San José, Parque Nacional de Tortuguero, Volcán Arenal, Bosque nuboso de Monteverde y la finalización y elección de playas.

Otro programa de 10 noches muy muy divertido, que lo que hace es incluir también la zona de Caribe Sur, Puerto viejo de limón, además de Tortuguero Arenal y Manuel Antonio y luego el más completo: Explora Costa Rica, de 12 noches que lo que hace es tocar San José, visitar luego Parque Nacional Tortuguero, Volcán

Descubre EE.UU. a tu medida

IBERIA
viva TOURS

NOVEDAD PROGRAMACIÓN 2024

COMBINADOS DINÁMICOS EE.UU.

LOS ÁNGELES – SAN FRANCISCO
LOS ÁNGELES – LAS VEGAS – SAN FRANCISCO

de Arenal, de ahí pegamos el salto a Manuel Antonio, de Manuel Antonio volvemos al bosque nuboso de Monteverde y acabamos en playas de Guanacaste.

Apoyamos la programación de Costa Rica con un maravilloso eMagazine que hemos desarrollado, donde incluimos muchísima información del destino, de los parques nacionales, de su zona, su gastronomía, fauna y Flora y por supuesto la detallada explicación de los diversos itinerarios.

En el caso de Perú, hemos

realizado un análisis similar al que hemos hecho en Costa Rica, es decir ¿Qué demanda a los clientes? y reducir la programación en base al 90% – 95% de demanda.

Tenemos un programa sencillo de 7 noches que toca Lima, Cuzco Valle sagrado y Machu Pichu y el resto de productos que tenemos, siempre incluyen esos cuatro destinos, uno de 10 noches: Descubre Perú, que además de Lima, Cuzco, Valle Sagrado y Machu Pichu, incorpora antes Arequipa, cañón del Colca, Puno en la visita lago Titicaca y luego tenemos uno que es una maravilla, se llama La magia de la montaña Arcoíris, que además de lo que hace descubre Perú, incorpora también la visita a Maras a Moray y a la majestuosa montaña de siete colores, la montaña Arcoíris o también conocida como la montaña Vinicunca.



EXPLORA. DESCUBRE. VIVE COSTA RICA.

Vuelos directos desde Madrid,
todos los días con IBERIA
Consultar conexiones desde otras ciudades



COSTA RICA INDISPENSABLE



10 días / 8 noches

Visitando:

San José, P.N. Tortuguero, Volcán Arenal y Playas de Guanacaste/ Manuel Antonio/ Playas del Pacífico

VIVE EL PURA VIDA



12 días / 10 noches

Visitando:

San José, P.N. Tortuguero, Volcán Arenal, Bosque Nuboso de Monteverde y Playas de Guanacaste/ Manuel Antonio/ Playas del Pacífico

VOLCÁN Y PLAYAS



12 días / 10 noches

Visitando:

San José, Puerto Viejo de Limón, P.N. Tortuguero, Volcán Arenal y Manuel Antonio

Estamos trabajando en este caso también en meter otro programa que recoja la zona de Paracas con el sobrevuelo de las líneas de Nazca y tanto en Costa Rica como en Perú, si algo nos distingue es que en nuestra B2B todos los programas quedan ok al momento, no queda nada bajo petición. Era uno de los requisitos también que queríamos en este nuevo proyecto.

Fantástico Ángel Luis y dinos ¿Hay algún otro destino por el que estéis apostando?

Con el producto de circuitos para este año, sin duda hemos querido aprovechar el gran tirón y la gran demanda que a día de hoy está teniendo el destino de Nueva York, en proponer una línea de circuitos que incluye estancia en la ciudad esta propuesta lleva traslados y excursiones.

hotel en San Juan, en El Dorado, en el Rincón, incluyendo lógicamente visitas y actividades durante el recorrido y bueno a largo plazo, cualquiera de las rutas latinoamericanas con interés para Iberia, pues nos pondremos manos a la obra y haremos también programación.

Gracias Ángel Luis, ¿Alguna novedad más que nos puedas contar para este 2024?

Pues en cuanto a programación, siguiendo con el compromiso que tenemos con Iberia de programar vacacional en todas sus rutas, hemos incluido ya Albania con su vuelo directo a Tirana, en este caso incorporamos hotelería tanto en Tirana como en Dürres, como en Berat.

Por ejemplo, tenemos un programa sencillo, de 5 noches en la gran manzana, que incorpora la excursión de alto y bajo Manhattan, un programa de 7 noches, La magia de Nueva York, que además de esa excursión, mete también tour de contrastes y una navegación a la isla de Ellis, que incluye la admisión a la Estatua de la Libertad.

Y nos encontramos inmersos en la búsqueda de otros circuitos en Nueva York, que incluyan visitas de un día ida y vuelta en el día a Boston, Washington, Niagara y bueno otro de los destinos donde en breve daremos la noticia de circuitos, es Puerto Rico, que es otra de las rutas aéreas estratégicas para Iberia en América.

Lo que queremos hacer es un circuito que visite toda la isla, haciendo noches de

También tenemos en nuestra página web ya el destino Doha, en breve incluiremos o recuperaremos La Habana y la Habana Varadero como gran novedad y gran sorpresa la recuperación de la ruta asiática, con su vuelo directo a Tokio, donde incorporaremos lógicamente a nuestra B2B ese destino y en el cual tenemos muchas expectativas durante los próximos meses y bueno cualquier nueva sorpresa y propuesta de ruta que incorpore Iberia, pues trataremos de desarrollar programación.

En cuanto a contenido, que es muy importante para Viva Tours, pues estamos trabajando en la creación del eMagazine de Perú que en breve lo tendremos ya en nuestra B2B, también queremos incorporar el eMagazine de Puerto Rico y bueno pues seguimos apostando por nutrir de material, de información y contenido a las agencias, a los clientes, en nuestro B2B Center, seguimos incorporando vídeos de destinos muy interesantes, seguimos incorporando nuestras experiencias 360° en otros destinos y como novedad hemos realizado experiencias 360° de los circuitos de Costa Rica.

Cada programa tiene su experiencia 360° que incorpore mucha información sobre los parques nacionales y las zonas que se visitan y bueno podría decir, que la gran novedad realmente de 2024, es que ya hemos adquirido una velocidad crucero, el que las agencias van recuperando esa confianza que tenían en etapas anteriores de Viva Tours, nos están eligiendo para reservar muchos destinos de las rutas de Iberia y bueno, pues tenemos muchas expectativas en que 2024, sea un año de éxitos y nada más, muchísimas gracias y que tengáis todos una magnífica temporada de Ventas.

CATAI

DESCUBRE EL
MUNDO QUE
IMAGINAS

DESCUBRE ESTADOS UNIDOS

NUEVO CATÁLOGO 2024



MÁS INFORMACIÓN



Acceso agencias

Europa ▾ Norte de África y Oriente Medio ▾ América ▾ Islas Baleares y Canarias ▾ Puertos y Salidas Especiales ▾ Circuitos ▾ Combinados ▾ Para tu Agencia ▾ E-Magazines ▾ Experiencias 360° ▾ Información Útil ▾

NOVEDAD COMBINADOS DINÁMICOS EUROPA

Explora dos ciudades
europeas en un solo viaje

RESERVAR





ESTRATEGIA DE MARCA

Cómo mejorar el Branding de tu Agencia de Viajes

La imagen corporativa de una agencia de viajes es esencial para diferenciarse en el mercado turístico.

Estrategias como promociones en redes sociales, participación en ferias, promociones a clientes y creación de blogs pueden potenciar la marca.

Colaboraciones con marcas del sector y storytelling fortalecen la identidad corporativa.

Invertir en la imagen de marca y construir relaciones sólidas con los clientes son clave para el éxito a largo plazo.

Importancia de la imagen corporativa en el sector turístico

La imagen corporativa en el sector turístico juega un papel crucial en la percepción que los consumidores tienen de una agencia de viajes.

Percepción de la marca en el mercado

La manera en que una marca es percibida por los clientes puede influir directamente en sus decisiones de compra.

Una imagen corporativa sólida y coherente puede generar confianza y fidelización entre los clientes.

Diferenciación en el mercado turístico

En un mercado tan competitivo como el turismo, es vital diferenciarse de la competencia a través de una identidad corporativa única.

Una marca distintiva puede destacar entre la variedad de ofertas y atraer la atención de nuevos clientes potenciales. Elementos de la identidad corporativa

La identidad corporativa va más allá del diseño del logotipo y los colores, incluyendo los valores, la filosofía y la personalidad de la marca.

Definir una identidad clara y coherente es fundamental para transmitir los mensajes y valores de la empresa de manera efectiva.

Estrategias para mejorar la imagen corporativa

Las estrategias para mejorar la imagen corporativa de una agencia de viajes son fundamentales para destacar en el competitivo mercado turístico. A continuación, te detallamos diferentes acciones efectivas:

Promoción en redes sociales

Utilizar plataformas como Instagram, Facebook, Tik Tok y X para dar a conocer la agencia y sus servicios.

Crear contenido atractivo y relevante que genere interacción con los seguidores. Participación en ferias y congresos

Asistir a eventos del sector turístico para establecer contactos comerciales y

promocionar la agencia.

Presentar novedades y servicios exclusivos para destacar entre la competencia.

Ofertas y descuentos para clientes

Implementar promociones especiales para fidelizar a los clientes actuales y atraer a nuevos clientes.

Crear campañas de descuentos en paquetes turísticos para incentivar la compra.

Creación de un blog

Desarrollar un blog con contenido informativo y entretenido sobre destinos turísticos, consejos de viaje y experiencias de clientes. Actualizar regularmente el blog para mantener a los seguidores interesados y atraer tráfico a la página web de la agencia.

Estas estrategias combinadas pueden contribuir significativamente a mejorar la imagen corporativa de la agencia de viajes y a consolidar su posicionamiento en el mercado turístico.

Buscar alianzas estratégicas con empresas afines.

Participar en eventos y actividades en colaboración con otras marcas.

Ofrecer paquetes turísticos conjuntos para brindar experiencias únicas a los clientes.

Compartir recursos y conocimientos con socios del sector para enriquecer la propuesta de valor.

Comunicación de la historia de la agencia

Contar la historia de la agencia a través del storytelling es una forma poderosa de conectar emocionalmente con los clientes y fortalecer la identidad corporativa.

Transmitir la trayectoria, los valores y la filosofía de la empresa puede generar empatía y crear una conexión duradera con el público objetivo.

La narración de experiencias reales y casos de éxito puede inspirar confianza y fidelización por parte de los clientes.

Claves para una identidad sólida Definición de valores de la marca

La definición de los valores de la marca es esencial para establecer una identidad sólida y coherente.

Al identificar claramente los principios y creencias que guían la agencia de viajes, se establece una base sólida para todas las acciones y comunicaciones de la empresa. Los valores de la marca deben reflejar la misión y visión de la agencia, transmitiendo la esencia y el propósito de la empresa de manera efectiva.

Estrategias de marketing creativas

La creatividad en las estrategias de marketing es clave para destacar en el saturado mercado turístico. El uso de enfoques innovadores y originales en la promoción de la agencia de viajes puede captar la atención de los clientes y diferenciarla de la competencia.

Desde campañas publicitarias creativas hasta experiencias de cliente únicas, la creatividad en el marketing puede generar un impacto positivo en la percepción de la marca.

Uso efectivo de redes sociales

Las redes sociales son un canal fundamental para la promoción y la interacción con los clientes en la actualidad. Utilizar de manera efectiva plataformas como Instagram, Facebook, Tik Tok o X permite llegar a un amplio público y construir una comunidad Online en torno a la agencia de viajes.

A través de contenido relevante, interacciones auténticas y una comunicación directa, las redes sociales pueden fortalecer la identidad de la marca y generar confianza entre los seguidores.

Construcción de una marca turística fuerte y coherente

En el mercado turístico, la construcción de una marca sólida es fundamental para destacar y conectar con los clientes. Para lograrlo, es necesario invertir en la imagen de marca y construir relaciones sólidas con los clientes.

Inversión en imagen de marca

Desarrollar un logo y colores corporativos únicos y memorables.

Crear una identidad visual coherente en todos los puntos de contacto con los clientes.



Colaboraciones y storytelling

Una estrategia efectiva para mejorar la imagen corporativa de una agencia de viajes es colaborar con marcas reconocidas en el sector turístico.

Estas colaboraciones pueden ayudar a ampliar la visibilidad de la agencia y a generar confianza entre los clientes potenciales.

Al asociarse con marcas de renombre, la agencia puede beneficiarse de su reputación y llegar a un público más amplio.

Destacar los valores y principios que guían la agencia en sus actividades diarias.

Compartir anécdotas y testimonios de clientes satisfechos para reforzar la credibilidad.

Utilizar el storytelling como herramienta de marketing para diferenciarse en el mercado.

Incluir elementos emotivos en la comunicación para conectar a nivel emocional con la audiencia.



Invertir en estrategias de marketing que resalten los valores y personalidad de la marca.

Construcción de relaciones sólidas con clientes

Ofrecer un trato cercano y personalizado a cada cliente.

Fomentar la fidelización a través de programas de recompensas y descuentos especiales.

Escuchar activamente las necesidades y preferencias de los clientes para adaptar la oferta de la agencia.

Impulso de crecimiento y rentabilidad

Mejorar la imagen corporativa de una agencia de viajes no solo implica atraer nuevos clientes, sino también garantizar un crecimiento sostenible y rentable a lo largo del tiempo.

Es fundamental tener en cuenta la importancia a largo plazo de la imagen corporativa, así como dedicar recursos adecuados a su mejora y consolidación.

Importancia de la imagen corporativa a largo plazo

La imagen corporativa es un activo intangible invaluable que contribuye al posicionamiento y diferenciación en el mercado turístico.

Invertir en la imagen de marca a largo plazo es fundamental para mantener la relevancia y competitividad en un entorno cambiante.

Dedicación de recursos a su mejora y consolidación

Destinar recursos financieros y humanos a la mejora constante de la imagen

corporativa es esencial para fortalecer la identidad de la marca.

La consolidación de una imagen sólida y coherente requiere una inversión continua en estrategias de branding y marketing orientadas a impulsar el crecimiento y la rentabilidad de la agencia.

Diferenciación en el mercado turístico

La diferenciación en el mercado turístico es fundamental para destacar y atraer a los potenciales clientes.

En este sentido, la identidad corporativa juega un papel crucial al establecer la imagen y la percepción de la marca.

Papel de la identidad corporativa

La identidad corporativa de una agencia de viajes es la forma en que se presenta ante el público y se diferencia de la competencia.

Incluye elementos como el logotipo, los colores corporativos, la filosofía de la empresa y su personalidad. Una identidad bien definida y coherente contribuye a generar confianza y a establecer una relación sólida con los clientes.

Factores clave para el éxito en el sector

Definición clara de los valores de la marca.

Implementación de estrategias creativas de marketing.

Uso efectivo de las redes sociales para llegar al público objetivo.

Crear una imagen de marca sólida y coherente.

La diferenciación en el mercado turístico se logra a través de la combinación de estos factores clave, que permiten destacar en un entorno competitivo y atraer la atención de los clientes potenciales.

Estrategias efectivas de branding

En este apartado te destacamos las estrategias clave para fortalecer la imagen corporativa de una agencia de viajes a través del branding.

La creatividad y la originalidad ocupan un lugar central en la construcción de una identidad sólida y diferenciada en el mercado turístico.

Creatividad y originalidad en las estrategias

La creatividad es fundamental para destacar en un entorno tan competitivo como el sector turístico.

La originalidad en las estrategias de branding permite atraer la atención de los clientes y diferenciarse de la competencia. Es necesario pensar fuera de lo convencional y sorprender a los consumidores con propuestas innovadoras y emocionantes.

Venta de experiencias y emociones

La venta de experiencias y emociones es un enfoque efectivo en el branding de una agencia de viajes. Más allá de ofrecer un simple servicio, se trata de vender momentos únicos y memorables que conecten emocionalmente con los clientes. Transmitir sensaciones y vivencias a través de la comunicación de la marca contribuye a crear un vínculo duradero y significativo con la audiencia.



Marketing de experiencias

El marketing de experiencias es una estrategia fundamental para las agencias de viajes, ya que busca crear conexiones emocionales con los clientes y fomentar la fidelidad a largo plazo. A través de la generación de confianza y la construcción de relaciones sólidas, las agencias pueden destacarse en un mercado tan competitivo como el turístico.

Generación de confianza entre los clientes

Ofrecer un servicio personalizado y de calidad.

Garantizar la seguridad y satisfacción del cliente durante todo el proceso de viaje.

Transmitir transparencia en la comunicación y en las políticas de la agencia.

Construcción de una relación duradera con los clientes

Escuchar activamente las necesidades y preferencias de los clientes.

Brindar atención postventa y seguimiento personalizado.

Crear programas de fidelización y beneficios exclusivos para clientes recurrentes.

Venta de emociones y experiencias: La importancia de las relaciones emocionales

Las relaciones emocionales con los clientes son fundamentales en el sector turístico. Crear vínculos emocionales con los viajeros permite generar una conexión más profunda y duradera.

La empatía, la cercanía y la atención personalizada son aspectos clave para construir relaciones sólidas basadas en emociones positivas.

Impacto en la decisión de compra de los clientes

Las emociones juegan un papel crucial en la decisión de compra de los clientes en el sector turístico. La experiencia emocional que vive un cliente al interactuar con una agencia de viajes



puede ser determinante a la hora de elegir sus servicios.

Transmitir sensaciones positivas, generar confianza y crear experiencias memorables son estrategias efectivas para influir en la decisión de compra.

Construcción de una relación sólida con los clientes

La fidelización de la clientela es un pilar fundamental para el éxito de una agencia de viajes. Mantener a los clientes satisfechos y fieles a la marca es esencial para garantizar su fidelidad en el tiempo.

Para lograrlo, se pueden implementar diferentes estrategias que fortalezcan la relación y generen confianza mutua.

Fidelización de los clientes

Ofrecer programas de fidelización con beneficios exclusivos para clientes frecuentes.

Enviar comunicaciones personalizadas que muestren interés en las preferencias y necesidades individuales de cada cliente. Crear experiencias únicas y memorables

para cada cliente, adaptadas a sus gustos y expectativas.

Estrategias para mantener la confianza

Brindar un servicio al cliente excepcional, demostrando empatía y resolviendo cualquier incidencia de manera eficiente.

Garantizar la transparencia en todas las interacciones con los clientes, desde la contratación de servicios hasta la comunicación de precios y condiciones.

Recopilar feedback de los clientes de forma regular para identificar áreas de mejora y asegurarse de que sus expectativas sean cumplidas o superadas.

Ventajas de una identidad visual clara

Contar con una identidad visual clara y coherente facilita que los clientes puedan identificar rápidamente la marca en cualquier contexto. El logotipo y los colores corporativos son elementos clave que permiten diferenciar la agencia de viajes de la competencia de manera efectiva.

Transmitir los valores de la empresa de forma efectiva

La identidad visual de una agencia de viajes no solo sirve para ser reconocida, sino también para comunicar los valores y la filosofía de la empresa. A través del diseño del logotipo, de la paleta de colores y del estilo visual, se pueden transmitir los principios y la personalidad de la marca de manera clara y directa.

Utilización de redes sociales en la promoción

Las redes sociales son herramientas fundamentales para promocionar una agencia de viajes y llegar a un público más amplio. A través de estrategias





adecuadas, es posible maximizar el alcance y la interacción con los potenciales clientes.

Estrategias para llegar a nuevos públicos

Crear contenido visual atractivo que invite a la interacción.

Utilizar hashtags relevantes para aumentar la visibilidad de las publicaciones.

Realizar sorteos y concursos para incentivar la participación de los seguidores.

Colaborar con influencers del sector turístico para llegar a audiencias específicas.

Interacción con los seguidores para construir comunidad

Responder de manera activa a los comentarios y mensajes de los seguidores.

Crear encuestas y preguntas para fomentar la participación de la audiencia. Organizar eventos especiales online para mantener el interés de la comunidad.

Compartir historias y testimonios de clientes satisfechos para generar confianza.

Diseño del logotipo y colores corporativos

El diseño del logotipo y los colores

corporativos son elementos clave en la identidad visual de una agencia de viajes.

A través de la coherencia en el diseño y la creación de una identidad única y reconocible, la marca puede destacar en un mercado competitivo.

Importancia de la coherencia en el diseño

La coherencia en el diseño del logotipo y los colores corporativos es fundamental para transmitir una imagen profesional y consolidada.

Un diseño coherente permite que la marca sea fácilmente reconocible por los clientes, generando confianza y fidelidad.

Creación de una identidad visual única y reconocible

La creación de una identidad visual única es esencial para diferenciarse de la competencia y destacar en la mente de los consumidores.

El logotipo y los colores corporativos deben reflejar la esencia y los valores de la agencia, transmitiendo emociones y generando conexiones con el público objetivo.

Estrategias de marketing en el sector turístico

En el sector turístico, es vital estar al tanto de las tendencias del mercado y adaptarse a ellas para mantenerse relevante y atractivo para los clientes.

La innovación en las estrategias de promoción es clave para destacar en un entorno competitivo y en constante evolución.

Adaptación a las tendencias del mercado

Investigar constantemente las nuevas preferencias y comportamientos de los viajeros.

Actualizar los servicios y ofertas de la agencia para satisfacer las demandas actuales.

Utilizar tecnologías emergentes para mejorar la experiencia del cliente, como realidad virtual o inteligencia artificial.

Innovación en las estrategias de promoción

Crear campañas publicitarias originales y creativas que destaquen en el mercado.

Explorar nuevas plataformas de promoción, como influencers o marketing de contenidos.

Implementar estrategias de marketing experiencial para conectar emocionalmente con los clientes.

Promoción a través de sorteos y concursos

Organizar sorteos y concursos es una estrategia efectiva para atraer la atención de nuevos seguidores y clientes hacia la agencia de viajes.

Estas dinámicas permiten generar interés y participación por parte del público, lo que puede traducirse en un aumento de la visibilidad de la marca.

Además, los sorteos y concursos brindan la oportunidad de ofrecer premios relacionados con los servicios de la agencia, lo que incentiva a los participantes a conocer más sobre los destinos y opciones de viaje que se ofrecen.

Atracción de nuevos seguidores y clientes

Los sorteos y concursos son una forma atractiva de captar la atención de personas que quizás no estaban familiarizadas previamente con la agencia.

Al ofrecer premios tentadores, se incita a los usuarios a seguir las redes sociales de la agencia, lo que puede aumentar nuestra comunidad Online.

La posibilidad de ganar un premio vinculado a experiencias de viaje puede despertar el interés y la curiosidad en potenciales clientes.

Impacto en la imagen de la agencia

Los sorteos y concursos no solo generan interacción y engagement con la audiencia, sino que también contribuyen a mejorar la imagen de la agencia de viajes en el mercado.

Al mostrar una faceta más dinámica y cercana a través de estas iniciativas, la marca puede posicionarse como innovadora y comprometida con sus clientes. Asimismo, la transparencia en la realización de los sorteos ayuda a construir confianza y credibilidad entre los participantes.

Comunicación de valores y novedades a través del blog

La comunicación Online a través del blog es una herramienta poderosa para transmitir los valores y novedades de una agencia de viajes. Esto permite llegar de manera directa y cercana a los clientes potenciales, creando una conexión emocional con la marca.

Importancia de la comunicación Online

Facilita la difusión de información relevante y actualizada.

Permite transmitir la filosofía y valores de la agencia de manera efectiva. Fomenta la interacción con los clientes a través de comentarios y feedback. Creación de contenido atractivo y relevante

Es fundamental generar contenido atractivo y relevante en el blog de la agencia de viajes para captar la atención de los lectores y mantener su interés. Algunas estrategias efectivas incluyen:

Publicar artículos con consejos de viaje útiles y originales.

Incluir relatos de experiencias de viaje emocionantes y motivadoras. Compartir información sobre destinos turísticos poco convencionales.

Ofrecer descuentos exclusivos para los lectores del blog.



Impacto en la fidelización de clientes

Un blog con contenido atractivo y relevante puede contribuir significativamente a la fidelización de clientes, ya que permite mantener una comunicación constante con ellos y fortalecer la relación de confianza.

La creación de una comunidad en torno al blog también puede ser clave para construir una base de seguidores fieles a la marca.

Fortalecimiento de la identidad corporativa

El fortalecimiento de la identidad corporativa de una agencia de viajes es esencial para destacar en el competitivo mercado turístico.

A través de la identificación con los valores de la agencia y la generación de confianza y credibilidad en el mercado, se construye una base sólida para el crecimiento y la fidelización de clientes.

Identificación de la agencia con sus valores

Reflejar autenticidad en cada interacción con los clientes.

Comunicar de manera clara y coherente los principios y la filosofía de la empresa. Mostrar coherencia entre lo que se dice y lo que se hace como agencia.

Generación de confianza y credibilidad en el mercado

Ofrecer un servicio de calidad que cumpla con las expectativas de los clientes.

Establecer relaciones sólidas y duraderas con los clientes a través de la transparencia y la honestidad. Responder de manera efectiva a las necesidades y preocupaciones de los clientes, demostrando compromiso.

Estrategias de colaboración con otras marcas

Las alianzas estratégicas en el sector turístico son fundamentales para potenciar la imagen y el alcance de una agencia de viajes.

A través de colaboraciones con marcas afines, se pueden crear sinergias que beneficien a ambas partes y enriquezcan la oferta turística.

Alianzas estratégicas en el sector turístico

Establecer alianzas con turoperadores, hoteles, compañías aéreas y empresas de actividades turísticas.

Organizar paquetes turísticos personalizados con colaboradores para ofrecer experiencias únicas.

Participar en eventos y promociones conjuntas para aumentar la visibilidad de la agencia.

Beneficios de la asociación con marcas afines

Ampliar la red de contactos y relaciones comerciales en el sector turístico.

Acceder a nuevos mercados y segmentos de clientes a través de la colaboración con marcas complementarias.

Generar confianza y credibilidad al asociarse con empresas reconocidas y bien valoradas en el mercado.

Entrevista con Pilar Nieto de CATAI.



Hoy damos un repaso a toda la programación de uno de los turoperadores más veteranos y consolidados de nuestro país.

Hoy tenemos el placer de contar entre nosotros con Pilar Nieto, directora comercial de CATAI. Pilar, como siempre es un verdadero placer tenerte con nosotros.

Hola, buenos días y muchas gracias.

Pilar, ¿Qué parte de la programación de 2024 tiene CATAI ya a la venta?

Para 2024 ya tenemos lista toda nuestra programación cargada en Travelpricer. Tenemos una oferta de más de 1.100 programas distintos de viaje. Creo que es la oferta más amplia de programación de Grandes Viajes en el mercado.

También hemos lanzado todos nuestros habituales catálogos monográficos en formato virtual y muy pronto estará disponible nuestro catálogo habitual de Grandes Viajes, tanto en formato virtual como físico en todas las agencias.

Además, tenemos toda la programación no solo de la temporada alta de verano, sino también nuestra programación especial de Laponia en invierno, nuestros mercadillos navideños y nuestra operativa fluvial para Navidades.

Pilar, cuéntanos dentro de esa amplia programación que nos cuentas, ¿disponéis de cupos aéreos?

Sí, por supuesto. CATAI cuenta con cupos aéreos en gran parte de nuestros destinos habituales.

Tenemos un apartado específico en nuestra web llamado "salidas garantizadas", donde todos los agentes de viajes pueden consultar toda la programación que tenemos con cupos para gran parte de destinos de Asia como el sureste asiático, India o Asia Oriental. También para América Latina, Europa y Escandinavia.

Por supuesto, tenemos nuestros fluviales, que también cuentan con cupos aéreos y están perfectamente identificados en

nuestra programación a través de nuestra página web, en el apartado de "salidas garantizadas".

Fantástico, Pilar. Según tú, ¿Qué destinos están siendo tendencia este verano?

Bueno, pues este verano el destino más demandado está siendo Japón, como uno de los destinos estrella de este año.

Y, por supuesto, para CATAI, también están siendo populares los destinos tradicionales, como los safaris en Kenia, así como mucha programación en Europa y Estados Unidos. Además, China está empezando a emerger nuevamente como uno de los destinos favoritos en el mercado.

Una pregunta para nota, Pilar. ¿Qué servicios o valores diferenciales destacarías actualmente del producto CATAI?

Con nuestra cuidada programación, hemos seguido manteniendo esos estándares de calidad y esa mirada diferente que queremos dar a todos nuestros viajes.

Este año también hemos incluido en todas nuestras programaciones el servicio Blue Ribbon Bags, que es un servicio de búsqueda y localización de equipajes.

Además, en nuestra web tenemos todos los requisitos de viaje para cualquier destino que exista en nuestra programación, permanentemente actualizado.

Y somos una de las Mayoristas que mantenemos el regalo de material de viaje para todos nuestros clientes, que está siendo muy bien valorado por las agencias y los clientes finales.

Por último, Pilar, en tu opinión, ¿Cómo está ayudando CATAI a los agentes de viajes a incrementar sus ventas?

Aquí estamos cuidando mucho el tener una web que sea muy útil, con gran contenido de todos los destinos y perfectamente actualizada.

Además, nuestra gran apuesta por la formación es patente a través del programa Sámaras, que ofrece formación virtual y presencial.

En cuanto a formaciones virtuales de Sámaras de esta

nueva temporada, tenemos ya 20 destinos en distintos webinars de más o menos 45 minutos o una hora de duración, disponibles a través del acceso de agencias en nuestra página web.

También realizamos eventos presenciales, como el road show de eventos presenciales Sámaras, donde los agentes pueden inscribirse a medida que van viendo los eventos disponibles en cada una de las ciudades.

Pilar, muchísimas gracias por tu tiempo y por todo lo que nos has contado.

Pues muchas gracias, soloagentes, ha sido un placer y que tengamos todos una excelente temporada alta.



Guía para crecer en LinkedIn como Agente

Guía para crecer en LinkedIn: Estrategias Clave para Agentes de Viajes

LinkedIn se ha convertido en una herramienta clave para cualquier profesional y también para los agentes de viaje.

La optimización del perfil, la estrategia de contenido y la participación activa en grupos son aspectos fundamentales para poder sacar el máximo partido a esta red.

Construir una red de contactos relevante y destacar logros en el perfil son prácticas esenciales. Estar al tanto de las tendencias actuales en la plataforma es

clave para el crecimiento profesional en el sector turístico.

Ventajas de utilizar LinkedIn en el sector turístico

LinkedIn ha experimentado un notable crecimiento como plataforma profesional en los últimos años, convirtiéndose en un recurso fundamental para agentes de viajes, tanto para potenciar nuestra presencial en el sector turístico, como para obtener clientes.

Optimización del Perfil en LinkedIn

Destaca tu Experiencia en la Industria del Turismo

Tu perfil de LinkedIn es tu tarjeta de presentación en línea y una herramienta poderosa para destacar tu experiencia y habilidades como agente de viajes. Para maximizar su impacto, es crucial optimizar cada elemento de tu perfil para reflejar tu experiencia en la industria del turismo de manera clara y profesional.

Foto de perfil profesional: Comienza por seleccionar una foto de perfil que transmita la imagen de ti y de tu agencia que quieras ofrecer al sector y a los clientes. Opta por una imagen clara, donde te estés bien iluminado y con un fondo neutro. Evita las selfies o fotos poco profesionales.

Título y descripción: Utiliza un título descriptivo que indique claramente tu

papel como agente de viajes, seguido de una descripción concisa pero impactante que resuma tu experiencia, áreas de especialización y pasión por la industria del turismo.

Experiencia laboral destacada: Destaca tus roles y responsabilidades anteriores en la industria del turismo, incluyendo tus anteriores labores profesionales o cualquier otra experiencia relevante que demuestre tu expertise en el sector.

Sección de habilidades: Enumera tus habilidades específicas relacionadas con la industria del turismo, como la planificación de itinerarios, la atención al cliente, la gestión de reservas y el conocimiento de destinos, para que los visitantes de tu perfil comprendan rápidamente tus áreas de competencia.

No te olvides de incorporar todas aquellas habilidades vinculadas con la tecnología y con las áreas de crecimiento y conocimiento personal como la inteligencia emocional, pnl, coaching o cualquier otra actividad que entiendas de interés que conozca quien vea tu perfil.

Educación y certificaciones: Incluye información sobre tu formación académica y cualquier certificación relevante que hayas obtenido en el campo del turismo, lo que permitirá el añadir mayor relevancia a tu perfil y demuestra tu compromiso con el aprendizaje continuo.

Sección de resumen: Utiliza esta sección para destacar tus logros, tu pasión por los viajes y tu enfoque en proporcionar experiencias excepcionales a tus clientes. Sé conciso pero persuasivo, capturando la esencia de tu trayectoria profesional en unas pocas líneas.

Personalización de la URL: Personaliza la URL de tu perfil para que sea fácil de recordar y compartir, utilizando tu nombre completo o una variación profesional del mismo. Esto también ayuda a mejorar tu visibilidad en los resultados de búsqueda de LinkedIn y de otros motores de búsqueda.

Al optimizar cada aspecto de tu perfil de LinkedIn, podrás destacar entre la multitud y captar la atención de clientes potenciales, colegas y personal de RRHH de la industria del turismo. Recuerda que tu perfil es tu carta de presentación online, así que asegúrate de que refleje con precisión tu experiencia y tu pasión por el mundo de los viajes.

Contenido Relevante: Cómo Destacar en LinkedIn como Agente de Viajes

En LinkedIn, compartir contenido relevante es clave para destacar como agente de viajes y captar la atención de tu audiencia. A través de publicaciones estratégicas, puedes posicionarte como un experto en la industria del turismo y ofrecer valor a tus conexiones. Aquí te mostramos algunos ejemplos que puedes emplear:

Consejos de Viaje: Comparte consejos útiles y prácticos para ayudar a tus seguidores a planificar sus próximas vacaciones. Desde tus recomendaciones para viajar en próximas fechas, hasta consejos a tener en cuenta en esos destinos, esto será apreciado por tu audiencia y te posicionará como un recurso confiable.

Destinos Populares: Comparte información sobre destinos turísticos populares, destacando sus atracciones, actividades imperdibles y consejos para sacar el máximo provecho de la experiencia de viaje.

Esta información será útil tanto para viajeros experimentados como para aquellos que están buscando inspiración para su próximo destino.

No olvides incluir fotografías de aquellos destinos en los que hayas estado de forma particular o en Famtrips que te permitirán disponer de más autoridad frente a tus seguidores y lectores.

Noticias de la Industria: Mantén a tu audiencia informada sobre las últimas noticias y tendencias en la industria del turismo. Desde nuevas regulaciones hasta desarrollos tecnológicos, compartir noticias relevantes te ayudará a establecerte como un experto en la industria y a mantener a tus seguidores actualizados.

Promociones Especiales: Comparte promociones y ofertas especiales en paquetes turísticos, hoteles, vuelos y actividades. Esto no solo proporcionará valor a tus seguidores, sino que también podría generar oportunidades de negocio para ti.

Experiencias Personales: Comparte tus propias experiencias de viaje, anécdotas y recomendaciones de destinos. Estas historias personales te ayudarán a conectarte con tu audiencia de manera más auténtica y a mostrar tu pasión por los viajes.

Contenido Multimedia: Utiliza una variedad de formatos de contenido, como imágenes, videos y presentaciones, para mantener el interés de tu audiencia. Las imágenes y videos de destinos turísticos pueden ser especialmente atractivos y aumentar el compromiso de tus seguidores.

Colaboraciones y Asociaciones: Colabora con otras empresas y profesionales de la industria del turismo para crear contenido conjunto. Esto no solo ampliará tu alcance, sino que también te permitirá ofrecer contenido más variado y relevante a tu audiencia.

Al compartir contenido relevante y valioso en LinkedIn, podrás aumentar tu visibilidad, establecer tu autoridad en la industria del turismo y crear relaciones sólidas con tu audiencia. Recuerda

mantener una mezcla equilibrada de contenido y estar atento a las respuestas y comentarios de tus seguidores para adaptar tu estrategia según sea necesario.

Participación Activa en Grupos de LinkedIn: Construye Tu Red y Tu Marca en la Industria del Turismo

Los grupos de LinkedIn ofrecen una posibilidad excepcional para conectarte con otros profesionales de la industria del turismo, compartir conocimientos y establecer relaciones significativas.

Como agente de viajes, participar activamente en grupos relevantes puede ser una estrategia poderosa para fortalecer tu presencia en la plataforma. A continuación, te mostramos cómo aprovechar al máximo esta oportunidad:

Búsqueda de Grupos Relevantes: Identifica y únete a grupos de LinkedIn específicos para la industria del turismo, como "Agentes de Viajes Profesionales", "Turismo y Hospitalidad", o grupos locales y nacionales relacionados con destinos turísticos específicos. Estos grupos te brindarán acceso a una audiencia comprometida y te permitirán conectarte con otros profesionales del sector.

Participación Activa: Una vez que te hayas unido a los grupos relevantes, participa activamente en las discusiones y conversaciones.

Comparte tu experiencia, responde preguntas, ofrece consejos y contribuye al intercambio de conocimientos.

Esta participación activa te ayudará a establecer tu reputación como un experto en la industria del turismo y a construir relaciones sólidas con otros profesionales.





Establecimiento de Conexiones: Utiliza los grupos de LinkedIn como una oportunidad para establecer nuevas conexiones con otros agentes de viajes, proveedores de servicios turísticos, clientes potenciales y colegas. Aprovecha las discusiones grupales como una plataforma para presentarte y establecer relaciones profesionales significativas.

Compartir Contenido Relevante: Comparte contenido útil y relevante en los grupos, como artículos, noticias y casos de éxito o estudio. Proporcionar valor a la comunidad del grupo aumentará tu visibilidad y te ayudará a construir tu marca como un recurso confiable en la industria del turismo.

Networking y Colaboraciones: Utiliza los grupos de LinkedIn como una herramienta para el networking y la identificación de oportunidades de colaboración. Busca asociaciones comerciales, intercambio de leads y proyectos conjuntos que puedan beneficiar a tu negocio y a tu carrera como agente de viajes.

Participar de manera activa en grupos de LinkedIn te permitirá establecer conexiones valiosas, compartir conocimientos y construir tu marca en la industria del turismo.

Dedica tiempo a participar en discusiones relevantes, compartir contenido útil y establecer relaciones significativas con otros profesionales.

Conexión Estratégica en LinkedIn: Amplía tu Red y Tu Influencia en la Industria del Turismo

LinkedIn es una plataforma poderosa para establecer conexiones profesionales y expandir tu red en la industria del turismo.

Como agente de viajes, conectarte estratégicamente con otros profesionales puede abrirte puertas a nuevas oportunidades y fortalecer tu presencia en la plataforma.

Aquí te mostramos algunas de las formas para hacerlo de manera efectiva:

Buscar y Conectar con Colegas: Utiliza la función de búsqueda de LinkedIn para encontrar y conectar con otros agentes de viajes, profesionales de la industria turística y personas relacionadas con el sector. Explora perfiles que compartan intereses similares o que trabajen en áreas complementarias para establecer conexiones valiosas.

Personalizar las Solicitudes de Conexión: Cuando

envíes solicitudes de conexión, personalízalas con un mensaje breve y relevante. Menciona el motivo por el cual deseas conectar y cómo podéis beneficiaros mutuamente. La personalización demuestra interés genuino y aumenta las posibilidades de que la solicitud sea aceptada.

Networking en Eventos y Conferencias: Aprovecha eventos y conferencias de la industria del turismo para establecer nuevas conexiones físicas y luego continuar la relación profesional en LinkedIn. Participa en charlas, paneles y actividades de networking para conocer a otros profesionales y expandir tu red.

Seguir Empresas y Organizaciones Relevantes: Sigue empresas, asociaciones y organizaciones relacionadas con la industria del turismo en LinkedIn. Mantente al tanto de las últimas noticias, eventos y oportunidades de colaboración en el sector, y conecta con profesionales que trabajen en estas organizaciones.

Participar en Conversaciones y Grupos: Participa activamente en conversaciones y grupos de LinkedIn relacionados con la industria del turismo. Comparte tu experiencia, haz preguntas, ofrece consejos

y contribuye al intercambio de conocimientos. La participación activa te ayudará a consolidar tu reputación y a conectarte con otros profesionales.

Explorar el Segundo Grado de Conexiones: Revisa las conexiones de tus contactos actuales en busca de posibles conexiones de segundo grado que puedan ser relevantes para tu red profesional.

Solicita presentaciones o conexiones directas con personas que puedan ser beneficiosas para tu carrera como agente de viajes.

Enviar Mensajes Personalizados: Utiliza la función de mensajería de LinkedIn para enviar mensajes personalizados a conexiones potenciales.

Expresa interés en establecer una relación profesional y ofrece valor añadido desde el primer contacto. Los mensajes personalizados son más efectivos que los genéricos y pueden abrir puertas a nuevas oportunidades.

Mantener Contacto de Manera Regular: Una vez que hayas establecido nuevas conexiones, mantén el contacto de manera regular.

Felicita a tus conexiones por sus logros, comparte contenido relevante y busca oportunidades de colaboración. Mantener una comunicación constante fortalecerá las relaciones y te ayudará a construir una red sólida en la industria del turismo.

Al conectar estratégicamente con otros profesionales en LinkedIn, podrás ampliar tu red de contactos, explorar nuevas oportunidades y fortalecer tu presencia en la industria del turismo.

Dedica tiempo y esfuerzo a establecer conexiones valiosas y a mantener relaciones sólidas con colegas y contactos en LinkedIn.

Publicación Regular de Contenido: Construye Tu Marca y Tu Autoridad en la Industria del Turismo

En LinkedIn, la publicación regular de contenido relevante y valioso es esencial para destacar como agente de viajes y posicionarte como un experto en la industria del turismo.

Compartir contenido de calidad te permite mostrar tu experiencia, establecer tu marca personal y atraer a tu audiencia objetivo. Aquí te mostramos algunas fórmulas para hacerlo de manera efectiva:

Planificación de Contenido: Crea un plan de contenido que incluya una variedad de temas relevantes para tu audiencia, como consejos de viaje, noticias de la industria, historias de clientes satisfechos y tendencias turísticas. Planificar con anticipación te ayudará a mantener una presencia constante en LinkedIn y a mantener a tu audiencia comprometida.

Variedad de Formatos: Experimenta con diferentes formatos de contenido, como artículos, videos, infografías y encuestas. Utiliza imágenes llamativas y videos cortos para captar la atención de tu audiencia y aumentar el compromiso con tus publicaciones.

Frecuencia de Publicación: Establece una frecuencia de publicación consistente, ya sea diaria, varias veces por semana o según tu disponibilidad de contenido. La consistencia es clave para mantener el interés de tu audiencia y mantener tu perfil activo en LinkedIn.

Horarios Óptimos de Publicación: Identifica los horarios y días de la semana en los que tu audiencia está más activa en LinkedIn y planifica tus publicaciones en consecuencia. Utiliza las herramientas de análisis de LinkedIn para determinar los momentos óptimos para compartir tu contenido y maximizar su alcance.

Interacción con la Audiencia: Fomenta la participación de tu audiencia mediante preguntas, encuestas, llamados a la acción y respuestas a comentarios. Mantente comprometido con tus seguidores y responde a sus preguntas y comentarios de manera oportuna para construir relaciones sólidas y aumentar la fidelidad de la audiencia.

Contenido Original y Relevante: Crea contenido original y relevante que agregue valor a tu audiencia y demuestre tu experiencia en la industria del turismo. Comparte tus conocimientos,

experiencias y perspectivas únicas para establecerte como un líder de pensamiento en tu campo.

Utilización de Hashtags: Incluye hashtags relevantes en tus publicaciones para aumentar su visibilidad y llegar a una audiencia más amplia interesada en temas relacionados con la industria del turismo. Investiga los hashtags populares en tu nicho y úsalos estratégicamente para aumentar el alcance de tus publicaciones.

Seguimiento de Métricas: Utiliza las herramientas de análisis de LinkedIn para realizar un seguimiento del rendimiento de tus publicaciones, incluyendo el alcance, el compromiso y las interacciones. Analiza los datos para identificar qué tipo de contenido resonó mejor con tu audiencia y ajusta tu estrategia en consecuencia.

Al publicar contenido regularmente en LinkedIn, podrás construir tu marca personal, establecer tu autoridad en la industria del turismo y atraer a tu audiencia objetivo. Dedica tiempo y esfuerzo a crear y compartir contenido valioso y relevante, y observa cómo tu presencia en LinkedIn se fortalece con el tiempo.

Interacción con Seguidores: Construye Relaciones Fuertes y Fomenta la Participación en LinkedIn

La interacción activa con tus seguidores en LinkedIn es fundamental para construir relaciones sólidas y fomentar la participación en tu perfil. Como agente de viajes, aprovecha cada oportunidad para conectarte con tu audiencia, responder preguntas, mostrar aprecio por su apoyo y construir una comunidad comprometida. Aquí te damos algunas ideas de cómo hacerlo:

Responder a Comentarios: Dedica tiempo a responder de manera oportuna y personalizada a los comentarios que reciben tus publicaciones. Agradece a quienes interactúan con tu contenido, responde a sus preguntas y participa en conversaciones para mostrar tu compromiso con tu audiencia.

Generar Conversaciones: Inicia conversaciones relevantes en tus publicaciones para fomentar la participación de tus seguidores. Haz preguntas, solicita opiniones o comparte experiencias personales que inviten a la audiencia a unirse a la discusión y compartir sus puntos de vista.

Responder Mensajes Directos: Mantente atento a los mensajes directos que recibes en LinkedIn y responde de manera profesional y cortés. Ya sea que se trate de consultas de clientes potenciales, oportunidades de colaboración o simplemente mensajes de agradecimiento, demuestra tu disposición para interactuar y brindar apoyo.

Agradecer Nuevas Conexiones: Envía mensajes personalizados de agradecimiento a las nuevas conexiones que se unan a tu red en LinkedIn. Expresa interés en conocer más sobre ellos, muestra tu disposición para establecer una relación profesional y agrédeceles por conectar contigo.

Compartir Contenido de Seguidores: Reconoce y valora el contenido generado por tus seguidores, como comentarios, publicaciones compartidas o testimonios de clientes. Comparte este contenido en tu perfil y agradece públicamente su contribución, lo que ayudará a fortalecer los lazos con tu comunidad.

Mantener una Actitud Positiva: Mantén una actitud positiva y profesional en todas tus interacciones con seguidores en



LinkedIn, incluso en situaciones de crítica o desacuerdo. Responde con cortesía, busca resolver cualquier problema de manera constructiva y demuestra tu compromiso con el servicio al cliente.

Seguir Agradeciendo: Muestra gratitud y aprecio hacia tus seguidores por su apoyo continuo en LinkedIn. Utiliza mensajes de agradecimiento personalizados, menciones especiales en tus publicaciones o incluso sorteos y promociones exclusivas para mostrar tu reconocimiento y fortalecer la fidelidad de la comunidad.

Crear Conexiones Genuinas: Busca establecer conexiones auténticas y genuinas con tus seguidores en LinkedIn. Muestra interés por sus intereses y necesidades, brinda valor y apoyo en sus trayectorias profesionales y trabaja para construir relaciones duraderas y mutuamente beneficiosas.

Al interactuar activamente con tus seguidores en LinkedIn, podrás construir relaciones sólidas, fomentar la participación en tu perfil y fortalecer tu presencia en la plataforma como agente de viajes. Dedica tiempo y atención a tus seguidores, demuestra tu compromiso con su satisfacción y observa cómo crece tu comunidad online con el tiempo.

Seguimiento de Métricas: Optimiza tu Estrategia y Mide tu Éxito en LinkedIn El seguimiento de métricas en LinkedIn es esencial para entender el rendimiento de tus acciones, optimizar tu estrategia y medir tu éxito en la plataforma. Como agente de viajes, utilizar datos y análisis te permitirá tomar decisiones informadas y mejorar continuamente tu presencia en LinkedIn. A continuación, te mostramos cómo hacerlo de manera efectiva:

Alcance de las Publicaciones: Monitoriza el alcance de tus publicaciones para evaluar cuántas personas han visto tu contenido. Analiza qué tipos de publicaciones tienen un mayor alcance y ajusta tu estrategia en consecuencia para maximizar la visibilidad de tu perfil.

Interacciones y Engagements: Realiza un seguimiento de las interacciones y engagements en tus publicaciones, como likes, comentarios, compartidos y clics en enlaces. Identifica qué contenido genera más interacción y compromiso con tu audiencia y adapta tu estrategia en función de estos insights.

Crecimiento de la Audiencia: Observa el crecimiento de tu audiencia en LinkedIn, incluyendo el número de nuevos



seguidores y conexiones. Analiza qué acciones o contenido han contribuido al crecimiento de tu red y continúa utilizando estas estrategias para expandir tu alcance.

Análisis de Contenido: Evalúa el rendimiento de diferentes tipos de contenido, como artículos, videos, imágenes y encuestas. Analiza qué formatos de contenido generan más interacción y participación por parte de tu audiencia y ajusta tu estrategia de contenido en consecuencia.

Horarios de Publicación: Analiza los horarios y días de la semana en los que tus publicaciones tienen un mejor rendimiento. Ajusta tu programación de publicaciones para maximizar la visibilidad y el compromiso con tu audiencia en los momentos óptimos.

Análisis de Hashtags: Monitoriza el rendimiento de los hashtags utilizados en tus publicaciones para determinar cuáles generan más visibilidad y participación por parte de tu audiencia. Ajusta tu estrategia de hashtags según los resultados obtenidos para aumentar el alcance de tu contenido.

Conversiones y Acciones: Si compartes enlaces a tu sitio web o landing pages en tus publicaciones, realiza un seguimiento de las conversiones y acciones realizadas por los visitantes. Analiza qué publicaciones generan más acciones y optimiza tu estrategia para impulsar conversiones.

Feedback de la Audiencia: Presta atención al feedback y comentarios recibidos en tus publicaciones. Utiliza esta información para comprender las necesidades y preferencias de tu audiencia y ajustar tu estrategia.

Comparación con Competidores: Compara el rendimiento de tu perfil de LinkedIn con el de tus competidores en la industria de viajes. Identifica qué estrategias están funcionando bien para ellos y adapta estas mejores prácticas a tu propio enfoque para obtener mejores resultados.

Al realizar un seguimiento meticuloso de las métricas en LinkedIn, podrás optimizar tu estrategia, medir tu éxito y mejorar continuamente tu presencia en la plataforma como agente de viajes. Dedica tiempo y atención a analizar los datos y utiliza estos insights para impulsar tu crecimiento y alcanzar tus objetivos en LinkedIn.

Colaboración con Otros Profesionales: **Amplía tu Red y Aprovecha Sinergias en LinkedIn**

La colaboración con otros profesionales en LinkedIn puede ser una estrategia poderosa para expandir tu red, aumentar tu visibilidad y aprovechar sinergias en la industria del turismo.

Como agente de viajes, buscar oportunidades de colaboración te permitirá llegar a nuevas audiencias, compartir conocimientos y fortalecer tu presencia en la plataforma. A continuación, te mostramos algunas fórmulas efectivas de hacerlo:

Identificar Colaboradores Potenciales: Busca otros profesionales en LinkedIn que compartan intereses similares o trabajen en áreas complementarias a la tuya en la industria del turismo.

Esto puede incluir otros agentes de viajes, proveedores de servicios turísticos, bloggers de viajes, periodistas especializados en turismo, entre otros.

(soloagentes.com sin duda es una muy, pero que muy buena opción :)

Enviar Propuestas de Colaboración: Una vez que identifiques posibles colaboradores, envía propuestas de colaboración personalizadas y profesionales. Explica cómo podríais beneficiaros ambas partes de la colaboración y sugiere ideas concretas para la colaboración, como intercambio de contenido, coorganización de eventos o proyectos conjuntos.

Participar en Eventos y Webinars: Busca oportunidades para participar en eventos virtuales, webinars o paneles de discusión organizados por otros profesionales en la industria del turismo. Esto te permitirá aumentar tu visibilidad ante una audiencia relevante y establecer conexiones valiosas con otros expertos en el campo.

Coorganizar Proyectos o Eventos: Colabora con otros profesionales para coorganizar proyectos o eventos relacionados con la industria del turismo. Esto puede incluir la organización de conferencias, ferias comerciales, talleres de formación o campañas de promoción conjuntas que beneficien a ambas partes y a sus audiencias.

Compartir Contenido y Recursos: Colabora con otros profesionales compartiendo contenido relevante y recursos útiles en LinkedIn. Esto puede incluir artículos, videos, infografías, guías de viaje, descuentos exclusivos u ofertas especiales para tus seguidores y los de tu colaborador.

Apoyarse Mutuamente en Redes Sociales: Aprovecha las redes sociales para apoyar a tus colaboradores y promover su contenido y eventos entre tu audiencia. Del mismo modo, pide a tus colaboradores que hagan lo mismo por ti, aumentando así la visibilidad de ambos en las redes sociales.

Fomentar Relaciones a Largo Plazo: Busca establecer relaciones a largo plazo con tus colaboradores en LinkedIn. Mantén una comunicación regular, busca nuevas oportunidades de colaboración y apoya sus proyectos y actividades en la medida de lo posible.

Agradecer y Reconocer la Colaboración: Agradece públicamente a tus colaboradores por su participación y apoyo en LinkedIn.

Reconoce su contribución y destaca los resultados positivos de la colaboración

para fortalecer la relación y fomentar futuras oportunidades de trabajo conjunto.

Al colaborar con otros profesionales en LinkedIn, podrás expandir tu red, aprovechar sinergias y alcanzar nuevos objetivos en la industria del turismo. Dedica tiempo y esfuerzo a identificar colaboradores potenciales, enviar propuestas de colaboración y mantener relaciones sólidas a lo largo del tiempo para maximizar los beneficios de la colaboración en la plataforma.

Actualización y Aprendizaje Continuo: **Mantente al Día en la Industria del Turismo en LinkedIn**

En un mundo en constante cambio, es fundamental para los agentes de viajes mantenerse actualizados y continuar aprendiendo sobre las últimas tendencias, tecnologías y prácticas en la industria del turismo.

LinkedIn ofrece una variedad de recursos y oportunidades para el aprendizaje continuo que pueden ayudarte a mantener tu ventaja competitiva y destacar en tu campo. A continuación, te mostramos algunas fórmulas de cómo aprovechar al máximo esta plataforma para mantener tu conocimiento actualizado:

Seguir a Influencers y Expertos: Identifica y sigue a influencers y expertos en la industria del turismo en LinkedIn. Estos profesionales suelen compartir contenido valioso, insights y análisis sobre las tendencias emergentes y los desarrollos en la industria, lo que te ayudará a mantenerte informado y actualizado.

Participar en Webinars y Eventos Virtuales: Participa en webinars, conferencias y eventos virtuales relacionados con la industria del turismo que se realicen en LinkedIn. Estos eventos suelen ofrecer presentaciones de expertos, paneles de discusión y oportunidades de networking que te permitirán aprender de otros profesionales y mantener tu conocimiento actualizado.

Unirte a Grupos y Comunidades: Únete a grupos y comunidades en LinkedIn dedicados a temas relevantes para la industria del turismo. Estos grupos ofrecen un espacio para compartir conocimientos, hacer preguntas, discutir tendencias y mantenerse al día con las últimas noticias y desarrollos en el campo.

Seguir Empresas y Organizaciones Relevantes: Sigue a empresas, asociaciones y organizaciones líderes en la industria del turismo en LinkedIn. Estas empresas suelen compartir actualizaciones sobre sus productos, servicios y actividades, así como información sobre tendencias y eventos importantes en la industria.

Participar en Cursos y Certificaciones: Aprovecha los cursos y certificaciones disponibles en LinkedIn Learning y otras plataformas educativas online. Estos recursos ofrecen una variedad de cursos sobre temas relacionados con el turismo, como gestión hotelera, marketing turístico, planificación de viajes y servicio al cliente, que te ayudarán a ampliar tus habilidades y conocimientos.

Leer y Compartir Artículos: Lee y comparte artículos relevantes sobre la industria del turismo en LinkedIn Pulse y otras fuentes de noticias. Comentar y compartir contenido interesante te ayudará a mantenerte actualizado sobre los temas más relevantes y a establecer tu reputación como un profesional informado y comprometido en tu campo.

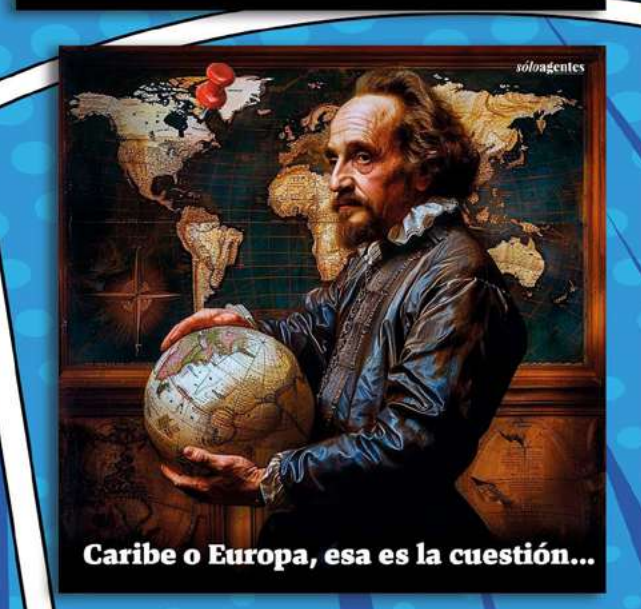
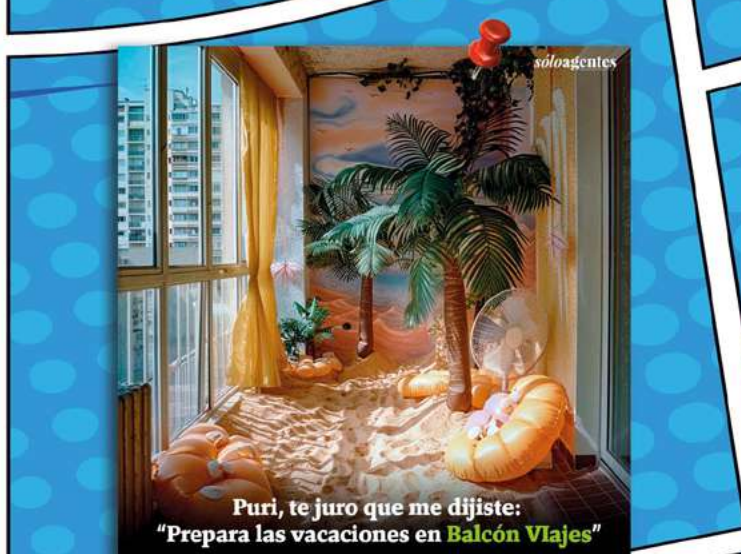
Al comprometerte con el aprendizaje continuo y la actualización constante en LinkedIn, podrás mantener tu conocimiento actualizado, ampliar tus habilidades y destacar como un agente de viajes informado y competente en la industria del turismo. Dedica tiempo y esfuerzo a explorar los recursos disponibles en la plataforma y a participar activamente en actividades de aprendizaje para impulsar tu crecimiento profesional y personal.

Conclusiones: En resumen, LinkedIn ofrece a los agentes de viajes una plataforma extraordinaria para expandir tu red, elevar en el sector y mantenerte actualizado sobre las últimas tendencias y desarrollos.

Desde la optimización del perfil y la publicación regular de contenido hasta la interacción con seguidores y la colaboración con otros profesionales, cada aspecto abordado en este artículo juega un papel crucial en el éxito en LinkedIn.

Al dedicar tiempo y esfuerzo a implementar estas estrategias y mantener un enfoque en el aprendizaje continuo, como agente de viajes, puedes aprovechar al máximo esta plataforma para alcanzar tus objetivos profesionales y destacar en la competitiva industria del turismo.

HUMOR TURÍSTICO



PRODUCTO SUJETO A LAS
SUBVENCIONES DE KIT
DIGITAL PARA PYMES

KIT
DIGITAL
AGENTE DIGITALIZADOR

Orbis.

WEB

La versión más completa de Orbis

Orbis WEB, mantiene las características principales de nuestras más avanzadas y potentes herramientas de gestión de agencias de viajes, ofreciéndole la versión más completa de Orbis.

Siempre disponible

Orbis WEB está disponible las 24h e incluye un seguimiento continuo del mantenimiento del servidor así como de las versiones del programa y la gestión de las copias de seguridad.



Más información en
www.orbisweb.es

La gestión comercial
para agencias de viajes
líder en España, con
servicio en la nube

Flexible y escalable

Con las licencias de Orbis WEB se puede ampliar o reducir el número de conexiones simultáneas ajustando el servicio a sus necesidades mes a mes y con tarifas escaladas por número de puestos.

Céntrese en su negocio

Ya no será necesario preocuparse por la pérdida de datos, caídas de servidores, mantenimiento, licencias ni copias de seguridad.

- Acceso remoto a través de Internet y desde cualquier lugar del mundo.
- Datos centralizados y visualización en tiempo real.
- Protección de datos.
- Copias de seguridad diarias.
- Asistencia telefónica.
- Siempre actualizado a la última versión.



Pipeline.
software

C/ Estatuto, 6A Bajo, 12004 Castellón, España
Tfno: +34 964 72 33 90
pipeline@pipeline.es

*sólo*agentes

e-Magazine para Agentes de Viajes



PARA **CLÁSICOS PROFESIONALES** DEL SIGLO XXI
