

MARKETING CON VIDEOS Y YOUTUBE – PARA EL SECTOR TURISTICO

Por Lasse Rouhiainen

Reconocimiento-No comercial 2.5 España

Usted es libre de:



copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra



hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).



No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

- Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.
- alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor
- Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.

CONTENIDO - MARKETING CON VIDEOS Y YOUTUBE PARA EL SECTOR TURISTICO

Introducción - Turismo 2.0, YouTube y Marketing con Videos

El Marketing Basado En Interrupción, Ya No Es Eficaz

El Extraordinario Incremento Del Uso De Video Online

YouTube – El Líder De Las Páginas De Videos En Internet

La Diferencia Entre YouTube Y Los Medios De Comunicación Tradicionales

Como Usar YouTube Para Promocionar Y Fomentar La Marca De Su Empresa

La Importancia de YouTube en SEO y El Posicionamiento En Google

Ejemplos De Éxito Con Videos En El Sector Turístico

El Futuro Del Marketing Turístico Con El Recurso Del Internet Video

Conclusión

Introducción - Turismo 2.0, YouTube y Marketing con Videos

El presente informe se ocupa de exponer conocimientos sobre YouTube y las posibilidades y beneficios que el Marketing con videos ofrece a las empresas turísticas. Mi meta es presentar ideas innovadoras sobre como los establecimientos turísticos pueden utilizar sitios de Web 2.0 para promocionar sus productos y servicios.

Aunque hay muchas empresas turísticas que todavía no aplican Web 2.0 en su marketing, cada vez está suscitando más interés todas las cuestiones relacionadas con Web 2.0 en el sector turístico. Un buen ejemplo de esto, es el gran éxito de las redes sociales como la Comunidad de Hosteltur <http://comunidad.hosteltur.com> y Turismo 2.0 www.turismo20.com donde participan miles de profesionales del sector turístico, compartiendo ideas e iniciativas sobre Web 2.0 aplicadas al turismo.

Personalmente me ha sorprendido la calidad de los profesionales que participan y la cantidad de buena información que se ofrece en la Comunidad de Hosteltur y turismo20.com. En Europa es muy difícil encontrar otra industria que haya tomado la iniciativa de esta manera, innovando para situarse a un paso por delante, en la aplicación de Web 2.0.

Los profesionales de turismo son la razón principal que me ha dado la inspiración para recopilar este informe. El Marketing con Web 2.0 es un tema muy complejo y extenso, por ello quiero orientar este informe, centrándome en las informaciones referentes al marketing con videos, simplemente porque creo que es lo más importante y efectivo en Web 2.0 para el sector turístico.

El Turismo es una industria muy visual, donde se pueden usar muchas fotos y videos para presentar los productos y servicios. Hoy en día, es bastante complicado vender productos turísticos sólo con palabras. La mayoría de los catálogos de viajes están realizados con fotos. Sin embargo, los consumidores son cada vez más exigentes y demandan una mayor información, sobre todo, quieren tener información muy exacta y completa en cuanto a la presentación de los productos y esto es algo que sólo se puede obtener usando videos.

En este informe quiero presentar maneras innovadoras sobre como hacer marketing con videos y mostrar datos e informaciones que van a poner de manifiesto el porqué el Marketing con videos se va convertir en un recurso crucial para el sector turístico con mucha importancia en el futuro.

El Marketing Basado En Interrupción, Ya No Es Eficaz

Antes de hablar sobre una visión futura del marketing, es importante entender su funcionamiento, para poder distinguir las nuevas tendencias y el comportamiento de los consumidores en el sector turístico.

Hace años cuando sólo existían pocos productos en cada sector, era una tarea fácil promocionar estos productos, usando los medios de comunicación tradicionales como: la radio, la televisión y los periódicos.

Hoy en día, se puede decir que, en cada uno de los sectores de negocio, existe mucha oferta, y diariamente los ciudadanos de las grandes ciudades están "obligados" a visualizar y recibir un gran volumen de publicidad. Debido a este hecho, los consumidores se muestran cada vez menos interesados en recibir publicidad o anuncios donde alguien les está vendiendo algo.

Algunos expertos en Marketing denominan este método como: "marketing basado en interrupción" que es este, donde los clientes toman sus decisiones de compra influenciados por la publicidad de la radio, la televisión o los periódicos.

En Estados Unidos y Europa el periodismo tradicional está perdiendo mucho dinero de los publicistas, ya que ellos prefieren desplazar sus intereses, y cada vez más, a hacer publicidad en Internet. Así mismo, cada vez hay más personas que obtienen su información, educación y entretenimiento a través de Internet.

En el sector turístico este cambio y nueva tendencia, se puede apreciar muy bien, porque cada vez hay más personas que pasan tiempo en Internet buscando información sobre sus viajes. Según la empresa de Internet, Tripadvisor.com, los ingleses pasan más tiempo en Internet para preparar y decidir sus viajes que para informarse y tomar decisiones sobre una hipoteca.

Todavía es bastante frecuente que algunos de los consumidores lean anuncios de viajes en las revistas y periódicos, sin embargo, la gran mayoría de personas se dirigen a Internet para buscar información más precisa y completa sobre los productos o servicios; sobretodo hablamos de una información interactiva y visual.

El hecho de que los consumidores pasen tanto tiempo en Internet buscando información, ofrece una gran oportunidad para los empresarios de establecimientos turísticos, para utilizar este recurso, ya que cada uno puede proporcionar información de valor para su sector de mercado y para sus posibles clientes usando páginas de Web 2.0. Sobre este tema, voy a hablar más extensamente y más detallado en los siguientes capítulos.

El Extraordinario Incremento Del Uso De Video Online

Cada día en todos los continentes del mundo la gente acude a los portales de Video, como la página de YouTube para ver todo tipo de videos.

También hay que señalar que un gran número de personas que buscan videos en YouTube, lo hacen para obtener información y detalles sobre los destinos turísticos a los que les interesaría viajar.

Según la página Web videosearchnews.com, en este momento existen 80 millones de videos en Internet y cada semana se contabiliza que acceden a la red 200.000 nuevos videos. Aunque no existen datos exactos sobre cuantos de estos videos tienen contenido turístico, es muy probable que un número muy elevado de estos videos contengan dicha información; ya que cada vez es más frecuente que muchos turistas compartan los videos de sus viajes en Internet con el resto de usuarios.

Curiosamente en Estados Unidos y en Europa ya existe una parte de la población que prefiere buscar todo su entretenimiento, información y educación en formato de videos en Internet en lugar de mirar la televisión.

Los grandes canales de televisión y noticias en Estados Unidos y Europa ya se han dado de cuenta de este cambio radical y por eso ya se puede encontrar bastante contenido de estos canales en YouTube.

Aquí hay algunos ejemplos

Perfil de Antena 3tv - La cadena de televisión española

<http://www.youtube.com/user/antena3>

YouTube [Videos](#) | [Canales](#) | [Comunidad](#) | [Subir](#) [Registrarse](#) | [Lista rápida](#) | [Ayuda](#) | [Acceder](#) | Sitio:

antena3tv [ANTENA3.COM](#) [CAPÍTULOS COMPLETOS](#) [ANTENA3NOTICIAS.COM](#) [NEOX](#)

[Videos](#) | [Listas de reproducción](#) | [Grupos](#) | [Suscripciones](#)

Antena3

antena3
Antigüedad: 11 de marzo de 2006
Último acceso: hace 59 minutos
Videos vistos: 1535
Suscriptores: 6892
Reproducciones del canal: 2081991

Zona oficial de la cadena de televisión española Antena 3 en Youtube

País: España

#5 - Most Subscribed (All Time)
#2 - Most Subscribed (All Time) - Partners
#47 - Most Viewed (Today) - Partners (más)

Perfil de Reuter - La Agencia de Noticias más grande del mundo

<http://www.youtube.com/user/reutersvideo>



Una de las razones principales que explican el porqué la gente prefiere pasar más tiempo viendo videos en portales como YouTube, radica principalmente en el hecho de que ya no disponen del tiempo suficiente para ver la televisión y el ritmo acelerado de su vida diaria les impide disponer de tiempo libre.

En esta estadística reciente de emarketer.com, podemos observar cuatro razones principales por las que los estadounidenses miran cada vez menos la televisión.

**Reasons that US Online Video Viewers Watch Less TV*
Compared with a Year Ago, July 2007 (% of respondents)**



(fuente: emarketer.com)

- No tienen tiempo 50%
- Mi agenda ha cambiado 42%
- Suelo usar más Internet 35%
- No hay nada bueno en la televisión 35%

En mi opinión, encuentro esto muy interesante y aunque son sólo estadísticas que hacen referencia a los gustos de los estadounidenses, creo que se están produciendo cambios similares en otras partes del mundo.

Uno de los grandes beneficios que ofrece Internet a los usuarios es que existe un gran volumen de información que permite hacer una selección de contenido, es decir, ofrece a los usuarios la posibilidad de elegir lo que más les interesa, de manera interactiva; Aunque cada vez hay más y más canales de televisión, la televisión tradicional nunca nos puede ofrecer similares posibilidades de selección.

YouTube - El Líder De Las Páginas De Videos En Internet

YouTube es la página de videos (www.youtube.com) más visitada en el mundo y su popularidad sigue creciendo cada día. YouTube fue fundada hace 3 años por los estadounidenses Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim y fue fundada con el propósito y la sencilla idea de ofrecer a cada persona la posibilidad de colocar videos en Internet que pudieran ver el resto de usuarios.

Hoy en día, YouTube es parte de Google.com, puesto que, YouTube fue comprada por Google, por más de 1.5 billones USD, y gracias a este hecho, los videos de YouTube tienen mucha relevancia y gozan de importancia en los resultados de la primera página de Google.

Durante febrero de 2008 YouTube se convertía en la segunda página mas visitada en el mundo. Este dato tiene mucha trascendencia para las empresas turísticas ya que todo el contenido de YouTube ha sido creado por los propios usuarios de la página, y por tanto cada persona puede subir videos gratis en YouTube.

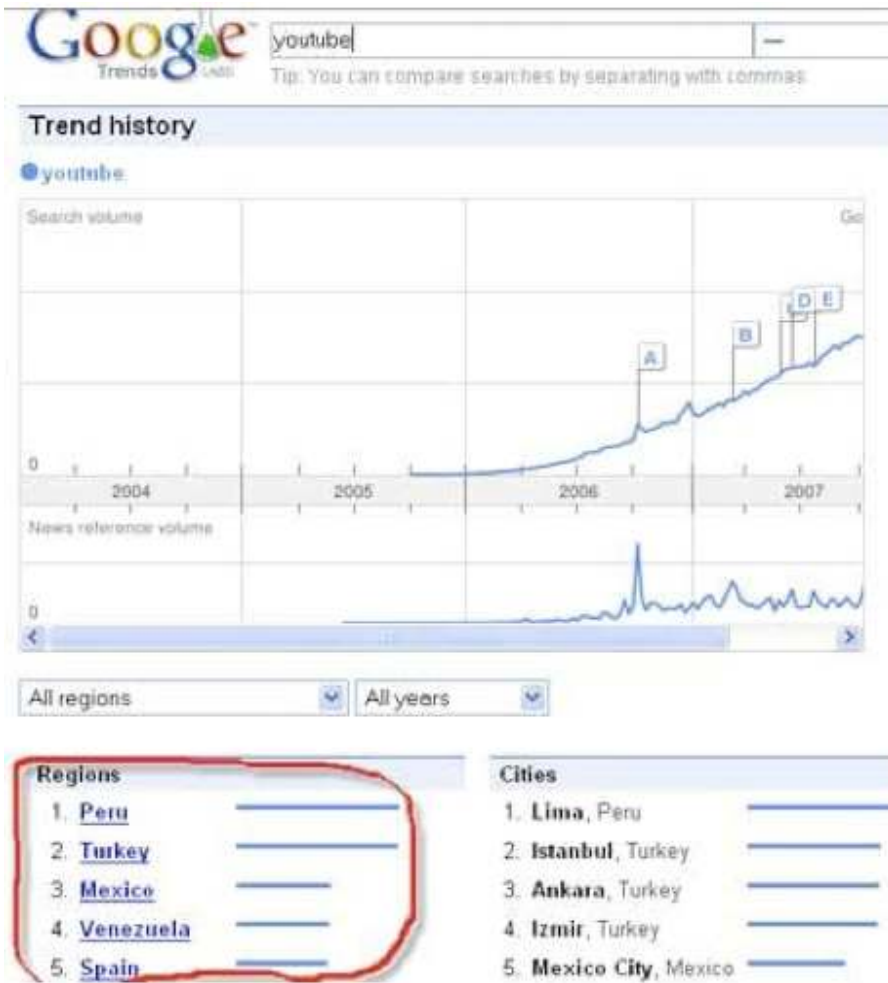
The image shows a screenshot of the Alexa website's 'Top Sites' section. The page header includes the Alexa logo and the text 'The Web Information Company'. Below the header, there are navigation links for 'Free - Browse By' (Global Top 500, Country Top 100, Language Top 100, Categories, Movers & Shakers) and 'Premium - Download' (Top 100,000 Sites, Customize Your List). The 'Top Sites' section is titled 'Browse the most popular sites on the web. Learn more.' and lists two sites: 1. Yahoo! and 2. YouTube. The YouTube entry is highlighted with a red border. The text for the YouTube entry reads: 'Thumbnail image of youtube.com', 'YouTube', 'YouTube is a way to get your videos to the people who matter to you. Upload, tag and share your videos worldwide!', 'www.youtube.com', and 'Site info for youtube.com'.

(fuente: alexa.com)

Según algunas estadísticas, el 12% de todo el tráfico de Internet esta referido a YouTube, y esta tendencia parece aumentar a cada momento.

Aunque YouTube fue fundado por Estadounidenses y sus primeros usuarios en un principio eran también de ese país, hoy en día podemos decir que YouTube es una pagina global de Web 2.0, es decir, mundial. Un buen ejemplo de esto es que YouTube ofrece su página e interfase en 12 idiomas diferentes.

Según las estadísticas de Google Trends, el español se utiliza más que ingles entre las personas que hacen búsquedas sobre YouTube y entre las países donde la gente más hacer búsquedas sobre YouTube son Perú, México, Venezuela y España.



Este dato es también muy interesante y quiere decir que entre los hispano hablantes hay mucha demanda de los videos de YouTube.

La Diferencia Entre YouTube Y Los Medios De Comunicación Tradicionales

Antes de emprender la tarea de utilizar YouTube como un medio o recurso eficiente para lograr una mayor afluencia de usuarios de Internet, es muy importante entender sus peculiaridades y sus principales características; de esta manera, al conocer su funcionamiento, podemos asegurarnos de que lo utilizaremos bien para lograr nuestros objetivos. La mayoría de usuarios de YouTube cometen el error de pensar que YouTube constituye otro canal más para poner su publicidad. A esto hay que responder que YouTube es una página de Web 2.0 y por tanto, tenemos que usarla de forma totalmente diferente al formato de la publicidad tradicional.

Aquí cito algunos puntos muy importantes que hay que entender antes de empezar a utilizar a YouTube.

- 1. YouTube es un sistema que está basado en conversación y comunicación interactiva, no como un "Broadcasting"; este término en inglés se corresponde con el término "radiodifusión" en español y hace referencia a la distribución de audio y/o señales de vídeo que transmiten los programas a una audiencia. Respecto a Youtube, no hay que pensar que es una emisora de televisión, sino una pagina Web 2.0, donde se ofrece la oportunidad de participación y de diálogo a los usuarios.**

En cuanto a la aplicación de este concepto para el sector turístico, hay que señalar, que YouTube ofrece una fantástica oportunidad a través de este medio, donde las empresas turísticas puedan estar en contacto con su sector de mercado. Un ejemplo de esto es que, el sector hotelero puede empezar a hacer videos en los cuales anime a los usuarios o clientes a hacer comentarios, preguntas o recomendaciones para poder mejorar sus servicios y también es importante actuar de forma interactiva con el cliente, respondiendo a las preguntas que los usuarios de los hoteles hayan planteado sobre el hotel. Es importante realizar videos donde los propietarios del hotel o el portavoz del mismo muestren su cara, como identificación personalizada del hotel; ya que los clientes sienten más seguridad al poder asociar el establecimiento con las personas representantes del hotel.

Esta es una manera fantástica de fidelizar y crear una buena relación interactiva con los clientes, porque en la página donde se muestra cada video, los usuarios también pueden escribir comentarios; e incluso el hotel puede hacer "video respuestas" mandando un video como respuesta a las preguntas formuladas.

- 2. Los videos más exitosos en YouTube, están hechos por personas reales, que no aparentan ser estrellas e incluso se trata de videos "domésticos" no profesionales. Por eso hay que procurar mostrar gente real; normal y corriente en los videos.**

La aplicación de esta idea para el sector turístico, en mi opinión, es que las empresas turísticas no tienen la necesidad de contratar personas famosas para publicitar o hablar sobre su hotel, sino que se puede optar por otra

opción quizá un poco innovadora que consiste en ser modestos y transparentes y presentar sus instalaciones y a sus empleados. Los videos no siempre tienen que ser excelentes y perfectos, la única cosa importante es que sean transparentes y representen la vida real de la empresa.

- 3. YouTube forma una comunidad muy fuerte y tenemos que respetarla y actuar según las reglas de esa comunidad- sociedad. En YouTube es un hecho muy normal emitir buenos comentarios sobre los videos de tu competencia y colaborar con ellos, esto sucede así, porque en un entorno Web 2.0, la comunidad es muy importante y hay que pensar en el éxito colectivo.**

La aplicación para el sector turístico: Siempre es un hecho importante respetar la comunidad que constituye YouTube y no emplearla única y exclusivamente para poner sólo publicidad turística en YouTube. En Web 2.0 siempre hay que pensar de forma global y en el éxito colectivo, y por tanto es recomendable colaborar con otros profesionales del turismo. Las comunidades de turismo como www.turismo20.com y <http://comunidad.hosteltur.com/> son sitios muy recomendables para conocer profesionales de otras empresas y empezar a colaborar con ellos haciendo videos juntos.

- 4. La gran mayoría de usuarios de YouTube lo consideran como una alternativa a la televisión, no como una extensión de la Televisión.**

La Aplicación al sector turístico: Como he mencionado antes en este capítulo, YouTube tiene un funcionamiento totalmente distinto al de los medios de comunicación tradicionales, como por ejemplo la televisión. De forma que no hay que considerarlo como una extensión de la Televisión, eso quiere decir que, hay que procurar hacer videos que proporcionen valor añadido, no sólo videos de pura publicidad.

Como Usar YouTube Para Promocionar Y Fomentar La Marca De Su Empresa

Principalmente, puedo señalar que existen dos tipos o formatos de video que las empresas pueden usar para tener éxito en YouTube. Uno de ellos hace referencia al término video viral que se refiere a los videos que llegan a tener muchísimo tráfico, gracias al hecho de que la gente empieza a divulgarlos y compartirlos con otras personas, principalmente entre sus amigos.

Normalmente los videos virales tienen que ser cortos, diferentes y crear controversia para fomentar el debate. Tengo el honor de conocer un empresario que ha llegado a tener más de 1.4 millones de visitas en su video viral en YouTube; Sin embargo en este informe no quiero dedicar mucho tiempo a explicar el funcionamiento de los videos virales ya que su creación es muy difícil y compleja para poder lograr el éxito.

Yo centro mi labor en asesorar a las empresas sobre como hacer videos para crear su propia marca y poder establecer una mejor comunicación con su sector de mercado; y para elaborar estos videos, utilizo un conocimiento basado en tres ideas claves.

Mi concepto de las tres claves fundamentales para este tipo de videos son las siguientes:

1. Seleccionar el sector de mercado
2. Proporcionar información valiosa para ese sector
3. Tener un "Call to action "; esto es tomar acción, o "ponerse en marcha" al final del video.

Ahora quiero explicar más extensamente cada uno de estos puntos

1. *Seleccionar el sector de mercado*

El primer elemento que he citado es la necesidad de buscar un sector de mercado específico para tu actividad. Aquí es mejor ser lo más específico posible. De hecho, cuanto más podemos concretar o definir nuestro nicho de mercado, más eficaz va a ser nuestro mensaje de marketing.

Una vez definido nuestro nicho de mercado es recomendable dedicar tiempo a "escuchar" a nuestro sector de mercado. Esto quiere decir que antes de empezar a hacer videos, vamos a analizar, investigar y después usar las palabras clave que utilizaría nuestro prototipo de cliente en nuestro sector de mercado para ver que tipo de videos existen en relación con nuestro sector.

Tener en cuenta tu sector de mercado es muy importante a la hora de decidir sobre que temas vamos a hacer los videos.

Es recomendable ampliar la investigación sobre nuestro sector de mercado, buscando en otras páginas de Web 2.0 para ver sobre que temas, habla la gente. Por ejemplo podemos acudir a la página de red social que se llama "Facebook" para ver que temas son los más citados y que comentarios realizan los diferentes grupos de "Facebook" o también podemos buscar los foros más activos en los que se hable de temas que se correspondan con nuestro nicho de mercado.

2. *Proporcionar información valiosa para ese sector*

Mucha gente siempre me pregunta como pueden "proporcionar información valiosa para se mercado en un video".

Pienso que cada hotelero o empresa del hotel puede a través de los videos contar la historia del hotel o empresa, es decir, su creación y desarrollo. Así como contestar a las preguntas o consultas que realicen los clientes sobre cualquier tema relacionado con el hotel.

Toda esta información es muy valiosa para los clientes de nuestro sector de mercado y además de esta manera con el video, se puede fomentar la fidelidad y la confianza hacia el hotel.

Algunos expertos de marketing en Internet que llevan mucho tiempo en el sector últimamente han empezado a hablar sobre el término de "reciprocidad". El término reciprocidad hace referencia al hecho de dar información de valor a tu sector, para, en principio, obtener la "atención" del consumidor; porque cuando las personas - posibles clientes- sienten que reciben mucha información de valor durante un periodo de tiempo, en cierta manera muestran interés, y dirigen la atención hacia tu oferta; y esta primera atención que recibes del consumidor, posteriormente puede transformarse en ventas; No es necesario vender de forma inmediata sino, establecer una interacción entre empresa y consumidor. Si centramos nuestra actividad, en proporcionar en primer lugar información valiosa para el consumidor, así será más probable que decidan comprar nuestros servicios turísticos en lugar de los de otra empresa donde no han recibido la información requerida.

3. Tener un "call to action" al final del video; es decir una llamada a la acción

Es recomendable tener un "call to action" al final de cada video. Con este concepto, quiere expresar que se debe dar la posibilidad o "animar" a la gente que está mirando nuestro video a acudir a algún sitio Web que nosotros podemos determinar después de ver el video. Es bueno tener el enlace al final del video y además dar motivos o razones por las cuales es recomendable ir a ese sitio Web. En YouTube los enlaces se encuentran al lado derecho de los videos y aparecen en color azul para que sea fácil encontrarlos. Al final de este informe proporciono un enlace a un video, donde explico como subir videos a YouTube y que hacer para que los enlaces aparezcan al lado de los videos.

Importancia de YouTube en SEO y El Posicionamiento En Google

La mayoría de los usuarios de Internet empiezan sus sesiones en Internet haciendo búsquedas en alguno de los principales y más importantes portales de buscadores. Por esa razón el posicionamiento en Google y en otros buscadores es cada vez más importante para las empresas turísticas.

Manteniendo altas posiciones en Google, se consigue que se incremente muchísimo el número de visitas que acoge una página turística y de esta manera, este número elevado de visitas, puede representar un aumento muy elevado de las ventas de la empresa.

Anteriormente, en la era de Web 1.0, era bastante difícil hacer posicionamiento en buscadores. Hoy en día, la manera más fácil de obtener un buen ranking en los buscadores es proporcionar un buen contenido a los sitios de Web 2.0, ya que la mayoría de ellos, permiten a los usuarios aportar contenido y facilitar los enlaces a sus páginas.

La buena noticia que supone toda esta información, es que Google "tiene preferencia" por los sitios de Web 2.0, es decir, que los identifica como sitios Web relevantes e importantes en la red, ya que siempre muestran nuevo contenido y normalmente tienen un gran número de usuarios.

YouTube se convierte en un punto de referencia que goza de mucha importancia para las empresas turísticas que quieran obtener un buen lugar de posicionamiento en Google, puesto que Google es quien interviene en el funcionamiento de YouTube y los videos de YouTube normalmente alcanzan muy buenas posiciones en las primeras páginas Google y además de forma muy rápida.

Investigando hace meses el funcionamiento de Google y Youtube, empecé a apreciar que era rápido y muy eficiente obtener buena posición en Google a través de los videos en lengua inglesa, sin embargo, la buena noticia es que se puede hacer lo mismo en español. Además, en castellano, siempre existe menos competencia.

Aquí muestro un ejemplo, de un video que realicé sobre como promocionar turismo, que roza las primeras posiciones de la primera página de Google, y esto, en menos de 48 horas, después de subirlo a YouTube.

Google [Búsqueda avanzada](#)
[Preferencias](#)

Buscar en: la Web páginas en español páginas de España

La Web Resultados 1 - 10 de aproximadamente 11,300 de **travel 2.0 Como Prom**

Marketing, e-turismo, ocio y sociedad 2.0 Travel 2.0 - Como ...
 25 Ene 2008 ... **Travel 2.0 - Como Promocionar Turismo Usando Video...** Año 2008 del Señor: el **Travel 2.0** se materializó y... **FORMACIÓN 2.0**: el nuevo ...
[e-turismo.blogspot.com/2008/01/travel-2.0-como-promocionar-turismo.html](#) - 90k -
[En caché](#) - [Páginas similares](#) - [Anotar esto](#)

Marketing, e-turismo, ocio y sociedad 2.0
 En mi bitácora cuando hablamos de **turismo** hablamos de humanos. Y en el caso de Benidorm, **Travel 2.0 - Como Promocionar Turismo Usando Videos ...**
[e-turismo.blogspot.com/](#) - 147k - [En caché](#) - [Páginas similares](#) - [Anotar esto](#)
 Más resultados de [e-turismo.blogspot.com](#) »

Travel 2.0 - Como Promocionar Turismo Usando Videos - Turismo 2.0
Travel 2.0 - Como Promocionar Turismo Usando Videos. Cargando... Anterior - [Fiturech 2.0 - Jean-Charles Lacoste de Tripadvisor.com](#) - [Andreu Llabrés De AMIC ...](#)
[www.turismo20.com/video/video/show?id=932414%3AVideo%3A51181](#) - 41k -
[En caché](#) - [Páginas similares](#) - [Anotar esto](#)

YouTube - Travel 2.0 - Como Promocionar Turismo Usando
 ...
[http://www.promocionweb20.com/ideas para promocionar destinos ...](http://www.promocionweb20.com/ideas-para-promocionar-destinos-...)
 4 min 40 s - [★ ★ ★ ★ ★](#)
www.youtube.com/watch?v=CUsF0R3tC4B

Recientemente, he tenido unos clientes de una empresa de turismo residencial en España a la cual he asesorado en la utilización de Internet Marketing con video y el resultado obtenido ha sido muy favorable puesto que han podido duplicar las visitas a su página, y tengo que decir que la mayor parte de campañas que he realizado con ellos, están basadas en la realización de videos para situarlos en YouTube. Además, en estos momentos, ellos están dominando la primera página de Google en relación con su sector de mercado, utilizando sus palabras claves.

Una de las razones por las cuales, al utilizar este método, se obtienen esos buenos resultados, es que YouTube está considerado como el sitio de video con más relevancia e importancia, y por eso un gran número de páginas obtienen videos de YouTube y los sitúan en su propia página; porque esto les proporciona tráfico hacia sus páginas.

Por esa razón, muchas veces podemos localizar nuestro video y el enlace hacia nuestra página en otros portales u otras páginas de video. Sin embargo este hecho es algo "muy bueno" ante los ojos de Google; y nos proporciona más beneficio y más posibilidades de tráfico.

Esto significa que YouTube tiene un papel principal en la red que de alguna forma lo califica como una agrupación o "sindicato" de videos.

El tema de SEO y Youtube es tan amplio que tendría que escribir otro informe dedicado sólo a esa cuestión.

Con toda esta explicación, la idea principal que quiero resaltar, es que los hoteles y en general las empresas turísticas pueden mejorar su posicionamiento en Google simplemente creando muchos videos y situándolos en YouTube junto con el enlace o dirección Web hacia su propia página.

Ejemplos De Éxito Con Videos En El Sector Turístico

Actualmente existen en YouTube muchos videos turísticos realmente buenos. Aquí quiero presentar tres tipos de videos diferentes porque están realizados desde distintos puntos de vista, es decir: desde el punto de vista de un turista; desde el punto de vista de un hotel y desde el punto de vista de un destino turístico determinado.

1. Un Video hecho por un Turista - "Camino De Santiago"

En abril de 2007 tuve la suerte de visitar en Copenhague a uno de mis mejores clientes y un buen amigo Mikael Hoffmann.

Una de las cosas sobre las que hablamos, fue sobre como usar YouTube y videos para Marketing. Justo 3 semanas después Mikael iba a hacer el Camino de Santiago (España), y yo le sugerí que llevara con él su cámara digital y que tomara videos diarios para documentar y relatar su viaje.

Siendo una persona que tiene iniciativa y mucha creatividad, Mikael tomó varios videos durante su viaje y al regresar los editó con el programa Windows Movie Maker. Un programa gratuito que está en cada ordenador, tanto con Windows XP como con Windows Vista.

El resultado Un video genial y una presentación muy buena sobre Galicia.

Mr Camino - Introduction



Ver video: <http://www.youtube.com/watch?v=ZGIO9CdGkpU>

Quiero destacar algunos detalles interesantes de este video:

- Mikael lo hizo con su cámara digital, no necesitó cámara profesional de video. Él llevaba dos baterías y dos memorias de su cámara digital. (Esta es una buena idea siempre procuro hacer lo mismo)

-Mikael también hizo fotos de su viaje y también las utilizó para hacer videos; puesto que también se pueden hacer videos a partir de fotos.

-Curiosamente los visitantes de YouTube y otras páginas de video, se muestran mucho más receptivos ante los videos "domésticos" o caseros; puesto que se sienten más identificados con éstos, en lugar de videos corporativos. Por tanto, los videos hechos por consumidores son muy importantes para los destinos turísticos.

-Unos meses después de su viaje, Mikael visitaba la oficina de turismo de España en Copenhague (Dinamarca) y al ver su video "Camino de Santiago" ellos le preguntaron si era periodista.

Espero que este caso real sirva como inspiración a los destinos turísticos para animar a sus clientes a hacer videos sobre dichos destinos.

Por cierto después de esta experiencia Mikael está haciendo videos todo el tiempo. El otro día me comentó que gracias a un video de Marketing que había hecho para promoción de su negocio, tuvo 8 nuevos clientes para su negocio como asesor de empresas. Por tanto, podemos concluir que el valor que tiene un video en Internet es incalculable.

2. Un Video Hecho Por un Hotel - "Audax" De Menorca, España

Este es un excelente ejemplo de como un hotel utiliza YouTube para promocionar su establecimiento y servicios, es el hotel "Audax" de Menorca, España con un video que se llama "Plan 48 Horas en El Hotel Audax Cala Galdana, Menorca"

PLAN 48 HORAS EN HOTEL AUDAX CALA GALDANA MENORCA



Ver video: <http://es.youtube.com/watch?v=9QAfsw76Uj8>

El video tiene una duración de 2 minutos y 32 segundos y muestra muy bien la oferta del hotel presentando imágenes y música relajante. En mi opinión, este video está muy bien hecho y da un buen ejemplo a seguir por otros hoteles. Es un placer para los sentidos ver este video y sin duda te entra curiosidad de descubrir más sobre esta oferta. Este es el mejor ejemplo de la efectividad que tiene el Marketing con videos; y demuestra que con un video se puede comunicar y expresar mejor que con un simple catálogo.

3. Un Video Promocionando un destino turístico - "100% Pure New Zealand"

Una entidad de turismo de Nueva Zelanda ha hecho un video espectacular y muy bueno promocionando Nueva Zelanda como destino turístico. Este video se ha convertido un auténtico video viral, ya que sólo lleva 6 meses en Youtube y ya tiene 833,203 reproducciones y 1294 comentarios en YouTube .

100% Pure New Zealand



Video: <http://es.youtube.com/watch?v=9sEZ-wdFegU> -

El video muestra Nueva Zelanda como un destino único para los turistas que quieran disfrutar realmente de la naturaleza, puesto que está realizado desde la perspectiva de su naturaleza, cultura y su gente.

La Visión De Futuro Para El Marketing Turístico Con Videos

En este apartado me gustaría mencionar algunas aplicaciones de video marketing que en mi opinión van a tener mucha trascendencia y van a ser de gran utilidad en el futuro.

Impulsar y animar a los turistas para que realicen sus propios videos, relacionados con destinos turísticos o incluso expresando su opinión sobre los hoteles en los que se han alojado.

Cada empresa turística, puede dar la posibilidad a sus clientes de realizar y colgar en Internet videos sobre sus viajes. De hecho, considero que este es el **mejor tipo de marketing** que una empresa turística puede obtener, puesto que los turistas o posibles clientes que están interesados en obtener información sobre un determinado destino, son muy receptivos ante las informaciones y experiencias que relatan otros turistas; y además, de esta manera se crea una relación interactiva con otros usuarios y se intercambian información.

En un principio esta idea puede parecer un poco fuera de lo común, porque desde el punto de vista de las empresas turísticas, el hecho de involucrar al cliente, turista, en esta función de promoción e información de un producto supone cederle parte del poder que puede tener en su mercado. Pero eso es justamente de lo que se trata, así funciona la Web 2.0; de hecho en Estados Unidos ya hay numerosas muestras de que este tipo de marketing es muy eficaz.

En otras industrias, algunas grandes empresas, como por ejemplo Apple, ya utilizan este recurso, de manera que permiten a los clientes expresar comentarios u opiniones sobre sus productos en su página Web donde se compran los productos. Hay muchas razones por las cuales aplicar este modelo de Marketing a la industria de turismo, principalmente una de las razones con más peso, es el hecho de que el turismo es una industria en la que predomina principalmente el sentido visual, es decir, la imagen en movimiento y un video puede comunicar y expresar muchas experiencias, y muchos detalles de un lugar determinado.

Lo importante para tener videos eficaces, es establecer unos parámetros según los cuales se determinará que tipo de videos pueden realizar y colgar en la Web los turistas y usuarios, así la empresa podrá seleccionar los videos que estime oportunos y desechar los que considere inadecuados o negativos. Además, hay que tener en cuenta que se debe incentivar y animar a los clientes para hacer videos. A la larga este método va a fomentar la fidelidad y fortalecer la marca de la empresa turística.

Crear un videoblog para poder estar en contacto permanente con sus clientes.

Para una empresa que ya tiene videos en YouTube o en otros sitios Web, puede ser una buena idea, para dar un paso más la creación de su propio blog donde poner sus videos, a esto se le denomina: **videoblog**.

Esta herramienta va a facilitar la labor a la empresa para estar en constante comunicación con su sector de mercado con transparencia y personalidad.

Un fantástico ejemplo de ello, se presenta en la industria vinícola.

Gary Vaunerchuck es autor de un video blog dedicado al vino, que se puede encontrar en <http://tv.winelibrary.com/>; Esto ha tenido tanto éxito y afluencia de tráfico que ya es considerado como uno de los video blogs más populares de Internet.



En este video blog, Gary, cada día, se dedica a analizar diferentes vinos, explica sus características y hace un estudio de los mismos, después lo expone y comunica de una manera muy personal que lo hace único. Él tiene un sector de mercado muy específico al cual proporciona información de valor.

Aquí muestro algunos ejemplos interesantes sobre el video blog de Gary y su éxito. Estos datos están extraídos de la conferencia que dio Gary en el seminario de Marketing de Internet en Florida en Febrero (2008-04-03)

- Los videos que muestra en su blog reciben más de 20.000 visitas diariamente.
- Gracias al éxito de su video blog las ganancias de su empresa han aumentado de 5 millones de USD a 50 millones de USD.
- Gary recibe diariamente más de 1.000 e-mails de las personas que siguen su blog, y él se ocupa de leer cada uno de ellos, porque quiere escuchar la opinión de su mercado y respetar a su mercado.
- Productores de Hollywood ya se han puesto en contacto con Gary y le han ofrecido tener su propio "reality show".
- Gary anima y da inspiración a aquellas personas que quieran seguir sus pasos y quieran hacer su propio video blog como él, las indicaciones o consejos que da son: que sólo es necesario hacer muchos videos que sean interesantes para el público y ser constante para tener éxito a largo plazo con su marketing.

Conclusión

Para concluir me gustaría mencionar algunas ideas de futuro en relación con Web 2.0 y turismo. En general pienso que el Marketing con videos representa una gran oportunidad para las empresas turísticas, ya que así pueden presentar sus productos y servicios de una manera atractiva e innovadora y además les da la posibilidad de relacionarse y estar en contacto con sus clientes.

Hoy en día, lo más importante para una empresa turística es proporcionar contenido a su sector de mercado y publicarlo en las páginas de Web 2.0. Quiero destacar que lo importante para que este contenido sea útil y eficaz, es que se trate algún tema que resulte interesante para los usuarios y que la comunicación sea siempre sencilla, honesta, personalizada y transparente.

El Marketing con videos también ofrece la posibilidad a las empresas de usar su creatividad y expresarse de una manera más libre y sencilla, cosa que no era posible con el marketing tradicional. Así mismo, existen muchas maneras de usar la creatividad para poder comunicarse con los clientes usando el marketing con videos.

Aquí presento cuatro ideas clave para ayudar a hacer marketing con videos.

- 1. Empezar la acción:** Esto es uno de los elementos clave más importantes! Usted no tiene que conseguir unos resultados asombrosos de forma inmediata cuando empieza. Lo más importante es saber como empezar y por donde; y de esta manera poco a poco ir mejorando el proceso.
- 2. Tener energía y entusiasmo:** Llevar a cabo un proyecto de video marketing que le apasiona y le entusiasma es la llave para conseguir el éxito.
- 3. Disciplina y enfoque:** Obtener buenos resultados con video marketing no es algo que se consiga de forma inmediata, sino que Usted necesita estar concentrado y enfocar sus esfuerzos a un resultado final que vendrá a largo plazo.
- 4. Plan de ejecución:** No hay necesidad de inventar algo nuevo. En ocasiones es una buena táctica, seguir el camino de las personas y empresas que ya tienen éxito con marketing con video en Internet, porque constituyen un buen ejemplo para llevar a cabo su proyecto, y esta es una buena manera de empezar el camino.

Para finalizar, debo agradecer el tiempo que usted ha dedicado a leer este informe. Mi opinión personal es que el sector turístico es uno de los mejores ámbitos para aplicar Web 2.0 y el Marketing con videos. Además quiero destacar la idea de que para empezar con el Marketing con videos no es necesario ser un profesional del video, y no siempre tienen que salir videos perfectos; Sólo hay que pensar y tener en cuenta que el proceso de crear videos es muy interesante y enriquecedor para la empresa turística.

Le invito a darte de alta en mi lista para recibir las últimas noticias y los nuevos videos sobre Video Marketing. Puede suscribirte en mi lista de e- mail en www.marketingconvideo.com o www.promocionweb20.com

El turismo siempre sonríe!

Lasse Rouhiainen

Lasse Rouhiainen

Sobre El Autor



Lasse Rouhiainen es consultor y asesor de marketing de nuevas tecnologías, especializado en marketing de Internet, Web 2.0 y Video Marketing. Lasse ofrece varios cursos de marketing en Internet y tiene clientes en más de 20 países.

Si le interesa incrementar la visibilidad de su empresa en Internet y conseguir mayor número de visitas a su página usando Web 2.0 o video marketing, puede contactar con Lasse en lasseonlinesupport@gmail.com

Mis páginas principales

www.promocionweb20.com - Blog personal sobre Web 2.0 y Video Marketing

www.marketingconvideo.com - Pagina Web Sobre Video Marketing

Presencia en Internet

Redes Sociales

<http://comunidad.hosteltur.com/LasseRouhiainen/perfil> - Perfil en Comunidad de Hosteltur

<http://www.turismo20.com/profile/LasseRouhiainen> - Perfil en Turismo20.com

http://es.facebook.com/people/Lasse_Rouhiainen/617532918 - Perfil en Facebook

YouTube

<http://www.youtube.com/promocionweb20> - Mis videos de YouTube en Español -

<http://www.youtube.com/coachlasse> - Mis Video de YouTube en Ingles -

Twitter

<http://www.twitter.com/LasseRouhiainen> - Twitter en ingles

<http://www.twitter.com//LasseWeb20> - Twitter en español

Enlaces Recomendables Sobre el Turismo 2.0:

<http://marketingmediosociales.wordpress.com/> - Marketing En Medios Sociales

<http://comunidad.hosteltur.com/> - Comunidad de Hosteltur

<http://www.turismo20.com/> - Comunidad de profesionales de turismo 2.0

<http://e-turismo.blogspot.com/> - El blog de Juan Llantada

<http://jimmypons.vox.com/> - El Blog de Jimmy Pons

<http://www.tirsomaldonado.com/> - El Blog de Tirso Maldonado

<http://jgarciacuenca.blogspot.com/> - El Blog de Javier Garcia Cuenca

<http://isaacvidal.blogspot.com/> - El Blog de Isaac Vidal

<http://blog.entornao.com/> - El blog de Jordi Ruiz

<http://www.ithotelero.com/> - Instituto Tecnológico hotelero

<http://www.albertbarra.com/> - el blog de Albert Barra

<http://www.megustaelturismo.es/> - el blog de Nando Llorella

<http://turispod.podomatic.com/> - El podcast Turístico por Jimmy Pons y Jordi Ruiz