

**Vodafone** Power to you

**One 50Mb I S**

- Fibra Ono 50Mb
- 6GB + Chat Zero/200 min.
- Fijo

Antes 55 €/mes

**42'40** €/mes

Sin compromiso.

**20%** Dto. 6 meses

Me interesa >>

SUSCRIPCIÓN AL BOLETIN

Empresas



## El sector turismo sabe despertar emociones

Martes 01 de agosto de 2017, 13:39h

Like 1 Share G+

in Follow 165 in Share Pin It

Twitter

**El 61% de las empresas turísticas tienen implementado un programa**

### de voz del cliente.



Desde el "boom" de las playas españolas, allá por la década de los 60, en el que cada verano se veían más extranjeros disfrutando de nuestras costas, el sector turístico en nuestro país no ha parado de crecer. Y las cifras actuales lo avalan. Así, durante 2016 España alcanzó los 75 millones de turistas, lo que ha supuesto un incremento del 10,6% con respecto al año anterior. También, una inversión hotelera que ha llegado a los 2.000 millones de euros. Todo ello apunta a que sigue siendo un sector en alza.

Pero, el turista está cambiando. Y eso lo saben los grandes hoteleros o representantes de destinos turísticos. Ya no vale el turismo de sol y playa, y ya está. Ahora, además de haberse diversificado las diferentes formas de disfrutar del tiempo de ocio, los turistas quieren, y en el fondo exigen, sentir emociones, experiencias, vibrar con nuevas sensaciones.

Según el estudio nacional sobre el nivel de "operativización" de la Experiencia de Cliente, elaborado por Deloitte y [DEC](#), se desprende que, actualmente, el sector turismo ha alcanzado un índice de madurez del 67% a la hora de establecer una gestión operativa de la Experiencia de Cliente (CX). Esto es conocer y utilizar de forma constante la información para tomar decisiones y poner en marcha acciones que mejoren los niveles de la experiencia. Toda esta operativización se construye en torno al proceso de escucha, análisis y acción sobre la voz del cliente, lo que está permitiendo al sector turístico adaptar los productos, servicios y experiencias a las necesidades de los clientes y optimizar los cambios estructurales.

Ahora más que nunca, las emociones que una marca es capaz de hacer sentir al cliente, supera a otros atributos de la misma en la decisión de compra, potenciando la diferenciación en este sector en el que la competitividad es cada vez mayor.

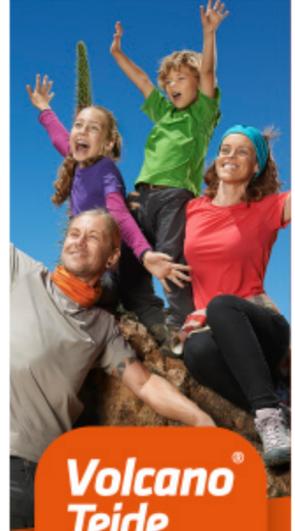
Y para poder crear emociones, desde hace algo más de un año, el 61% de las empresas turísticas tienen implementado un programa de Voz de Cliente, lo que les permite en un tiempo relativamente corto, entre 1 a 7 días, obtener feedback después de la transacción.

Uno de los actores clave de este sector son, sin duda, sus empleados, de ahí que el 43% de las empresas les incentive en función de los resultados obtenidos en la mejora de la Experiencia de Cliente. Y un 66% de las empresas asignan a éstos la función diaria de realizar el "close the loop", un proceso mediante el cual las empresas se ponen en contacto con los clientes para conocer y resolver sus motivos de insatisfacción y que requiere, no solo recopilar las respuestas, sino aprender de ellas y actuar en consecuencia.

Ante este escenario, el sector del turismo en España se enfrenta a tres retos. Uno, gestionar encuestas más cortas para obtener información útil, pues se trata de un sector sobre el que hay mucho que preguntar. El segundo reto es integrar todas las herramientas de escucha y análisis que se utilizan a lo largo del proceso en los distintos canales, y que además haya una sola fuente de origen de datos. Y el último reto es la capacidad para incorporar al modelo los insights obtenidos de la escucha del cliente en redes sociales.

Y las soluciones a estos retos pasan por potenciar el real time en la escucha de forma que los problemas que existan puedan ser solucionados mientras el cliente recibe el servicio, otorgar poder al "front-line" o empleados que están en contacto directo con el cliente, para resolver los motivos de las insatisfacciones de forma flexible y así como en la puesta en marcha de planes de mejora y equipos necesarios para generar cambios en procesos y procedimientos que sean necesarios.

En definitiva, la optimización de la escucha multicanal como clave para la mejora de la Experiencia de Cliente en el sector turístico.



**Volcano Teide** experience

### Excursión Vip al Pico del Teide

Acceda al Pico más alto de forma exclusiva.

ULTIMA HORA

- (01/08/2017 13:43:57) **¿Qué pasa si me cancelan un vuelo?**
- (01/08/2017 13:39:00) **El sector turismo sabe despertar emociones**
- (01/08/2017 13:30:09) **El alza del precio del "cuidado de mascotas", la solución para el cuidado de mascotas entre particulares**
- (01/08/2017 13:23:34) **España ha perdido medio billón de euros en impuestos con el sistema de financiación autonómica**
- (01/08/2017 12:52:34) **Un alto porcentaje de las empresas que franquician fracasan por una base de arranque poco sólida**
- (01/08/2017 12:46:40) **El 88% de los españoles consume contenido audiovisual a través del Smartphone**
- (01/08/2017 12:38:55) **SynerTrade: continúa creciendo durante el primer semestre de 2017**
- (01/08/2017 12:33:55) **Callcredit marca récords y anuncia un crecimiento del 18% en 2016**
- (01/08/2017 12:25:34) **Tarragona acogerá el prestigioso seminario de marketing turístico 'Marca Ciutat'**
- (01/08/2017 12:17:35) **Asaja Córdoba organizará una protesta contra el impuesto de sucesiones para el**