

TÍTULO: Digitalización para el agroturismo

1. Introducción

Este módulo pretende introducir a los usuarios en el marketing digital como forma de promocionar los negocios de agroturismo. La idea es dar a los usuarios herramientas fáciles de implementar estrategias de marketing digital para llegar a un público más amplio de clientes potenciales, contribuyendo a satisfacer la necesidad del sector agroturístico de adaptarse a una sociedad digital y convertir los negocios agroturísticos más tradicionales en negocios digitales exitosos e innovadores.

2. Elementos clave

2.1 Introducción al marketing digital

El marketing digital hace referencia a todas las acciones y estrategias publicitarias realizadas en una plataforma en línea. Las campañas de marketing digital pueden llevarse a cabo en plataformas como blogs, sitios web, redes sociales, correo electrónico, etc. Un uso bien planificado de estos recursos puede conducir a un aumento significativo del número de clientes. La principal ventaja del marketing digital es que permite a las empresas ganar visibilidad y promoción independientemente de las barreras geográficas.

Una definición primaria del marketing apunta al objetivo único de vender productos a un mercado de masas. Sin embargo, los cambios sociales en los patrones de consumo, los avances en las plataformas tecnológicas y, especialmente, la digitalización general que hemos vivido a raíz de la crisis COVID-19 han sido determinantes para que el marketing adopte una perspectiva hacia el contacto directo y personal con el cliente, adaptándose a sus gustos y estableciendo una comunicación más humana e incluso interactiva. La digitalización de un negocio agroturístico ya existente debe planificarse teniendo en cuenta estas nuevas tendencias.

Beneficios para la empresa de agroturismo	Ventajas para los clientes
Flexibilidad para adaptarse a tendencias y temporadas (Navidad, San Valentín, verano).	Acceso a una gama más amplia de opciones de ocio y turismo a las que, sin la presencia en las redes sociales, habría sido imposible llegar.
Contacto e interacción directos: genera confianza en la empresa, ya que los clientes pueden resolver dudas o problemas directamente con los propietarios de la empresa.	Personalización de los servicios. El cliente puede acceder a la información en su propio idioma, y ser informado antes de reservar de cómo se puede personalizar su viaje al gusto del usuario - debes incluir tus opciones personalizables en tu página web y redes sociales. Comunicación directa con el proveedor de servicios. Los clientes pueden resolver sus dudas.
Competitividad con las grandes empresas turísticas.	Pueden acceder fácilmente a una mayor variedad de opciones turísticas.

Ofrecer globalmente servicios empresariales de agroturismo.	Acceso a una oferta de servicios mundial. Es más fácil encontrar algo que se ajuste a sus preferencias como cliente.
Posibilidad de dirigirse mejor a sus clientes. Los recursos de publicación en línea son fácilmente adaptables y dinámicos, lo que permite definir el tipo de cliente al que nos dirigimos, adaptar nuestros mensajes a las tendencias culturales, idiomas, etc.	
Más fácil captar la atención de nuestros clientes	
Los servicios pueden reservarse 24 horas al día, 365 días al año, lo que hace que nuestra empresa sea accesible en cualquier parte del mundo.	

2.2 Pasos sencillos para convertirse en digital

1. **Regístrese en Google My Business:** se trata de una herramienta gratuita proporcionada por Google para ayudar a las empresas a gestionar su presencia en Internet. Puede gestionar cómo se muestra su empresa en Google Maps y en la Búsqueda de Google.
2. **Cree un sitio web atractivo** - Es la base del marketing y un escaparate para abrir su negocio de agroturismo al mundo. Lo ideal es hacer una web sencilla pero atractiva, con buenas fotos de tu negocio, del entorno, de las atracciones locales, etc. Puedes utilizar plataformas como WordPress, Shopify, webador...
3. **Empieza a utilizar las redes sociales:** permiten la comunicación directa con los clientes, pero también compartir contenidos en distintos formatos. La mejor idea es planificar tu estrategia de redes sociales con un experto para sacarles el máximo partido.
4. **Regístrese en [Goinsitu](#)** - Este portal en línea es específico para que las empresas de agroturismo presenten sus perfiles y conecten con viajeros de todo el mundo.
5. **Incluya su empresa de agroturismo en sitios de reservas en línea** - Registre su sitio en servicios de reservas en línea o intente incorporar su propio motor de reservas en su sitio web.
6. **Cree un blog** - Puede utilizarlo para ofrecer información útil e interesante sobre su región, eventos locales, historias y mitos locales, consejos, rutas turísticas cercanas a su agroturismo, etc.
7. También tendrá que planificar una **estrategia digital completa**. Por supuesto, puede hacerlo usted mismo o contratar a un profesional que le ayude, al menos al principio.

2.3 Herramientas digitales para mi empresa de agroturismo

1. **WordPress:** es un sistema de gestión de contenidos (CMS) gratuito y de código abierto. Con él puedes crear la web de tu negocio, blogs, tiendas online, foros, etc. y gestionarlo desde un panel de administración.

- 2 **MailChimp:** es una herramienta gratuita para gestionar listas de correo electrónico y enviar campañas online, boletines, ofertas, etc. Para obtener una lista de correo completa debes guardar las direcciones de correo electrónico de tus clientes utilizadas en el proceso de reserva, pero debes pedirles permiso para incluirlos en tu base de datos y enviarles información.
- 3 **Google Trends:** Te dará información sobre las tendencias online a nivel mundial para saber qué es lo que los usuarios buscan con más frecuencia a través de Google. Puedes utilizar esta información con fines de SEO y utilizar los temas más comentados para crear contenidos para tus cuentas de redes sociales, newsletter, blog, etc.
- 4 **Canva:** Puedes utilizarlo para crear contenido visual para tus cuentas de redes sociales. Sin embargo, si deseas tener una gran identidad visual y potenciar su calidad, es mejor que contrates a un profesional del diseño gráfico.
- 5 **Hootsuite:** es una plataforma de gestión de contenidos para redes sociales. Te permitirá gestionar todas tus cuentas de redes sociales en un solo lugar, en lugar de en cada red social individual. Esto hace que sea más fácil y rápido compartir y programar contenidos en tus cuentas de redes sociales, responder a tu audiencia e interactuar con ella.
- 6 **Google Analytics:** proporciona información sobre cómo se comportan los visitantes en su sitio web, cómo han llegado a él y qué se puede hacer para que vuelvan. Sus informes de contenido te muestran qué partes de tu sitio web funcionan bien y qué páginas son las más populares, para que puedas crear nuevos contenidos y una mejor experiencia para tus clientes.

3. Ejemplo

Comunicación de la Sostenibilidad en el Turismo Rural: Análisis del contenido de los sitios web de la región de Viseu Dão Lafões (Portugal)

https://media.proquest.com/media/hms/PFT/1/kwW8M?_s=YvVvgeISD9kVybuDjDnHfXCVz70%3D

Para lograr la sostenibilidad es crucial que los alojamientos de turismo rural comuniquen su esencia, así como los productos y experiencias disponibles para los turistas. Esto se debe a que es una práctica común que los visitantes busquen más información en Internet sobre el lugar donde se alojarán, antes de reservar su experiencia turística. El objetivo principal de este estudio es el análisis de la información proporcionada por los alojamientos de turismo rural, a través de sus páginas web, en materia de sostenibilidad.

4. Beneficios e impacto potencial

Los beneficios y el impacto que puede tener la aplicación de la directriz son:

Para el tutor	Para el alumno
✓ Una guía fácil para introducir a las empresas de agroturismo en la necesidad de seguir el ritmo de ón digital	✓ Descubrir herramientas y recursos para digitalizarse
	✓ Convertirse en una opción atractiva para un abanico más amplio de clientes, incluso a escala internacional.



Diversificación de las actividades empresariales como
el camino hacia la agricultura sostenible en las zonas rurales



**Funded by
the European Union**

Este proyecto -2022-1-CZ01-KA220-ADU-000089506- ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.