

Prácticas profesionales

Daniel Steven Caro Zabala



Administración de empresas turísticas y hoteleras

5 de julio del 2023

Universidad UNITEC

Bogotá

Introducción

El propósito de esta investigación es analizar detalladamente el impacto que tienen los diferentes anuncios generados a través de diversas herramientas de pauta publicitaria en el campo del marketing digital. En particular, se enfocará en el caso de Logica GHL, una empresa que brinda servicios de marketing digital a los hoteles de GHL.

En el ámbito del marketing digital, es fundamental comprender cómo las estrategias publicitarias pueden influir en el éxito de una campaña y en la generación de promoción turística. Logica GHL ha optado por utilizar imágenes atractivas y llamativas en sus anuncios al momento de utilizar plataformas publicitarias como Facebook Ads y Google Ads.

A través de estas plataformas, Logica GHL tiene la capacidad de segmentar y dirigirse a un público objetivo específico, optimizando así la efectividad de sus campañas publicitarias. Las imágenes utilizadas en los anuncios son una parte esencial de su estrategia, ya que despiertan el interés de los usuarios y los invitan a explorar más sobre los hoteles de la cadena GHL.

En esta investigación, se llevará a cabo un análisis exhaustivo para evaluar el impacto que tienen estas imágenes publicitarias en la generación de promoción turística. Se examinarán diversos indicadores, como el alcance de los anuncios, la tasa de clics, la interacción de los usuarios y las conversiones obtenidas. Además, se compararán los resultados obtenidos a través de Facebook Ads y Google Ads para identificar posibles diferencias en el impacto de las imágenes en cada plataforma.

Entender cómo las imágenes y la publicidad en general influyen en la promoción turística es crucial para Logica GHL y los hoteles de la cadena GHL, ya que les permite ajustar y optimizar sus estrategias de marketing digital de manera efectiva. Los resultados de esta investigación proporcionarán información valiosa que ayudará a mejorar la toma de decisiones en futuras campañas publicitarias y a maximizar el impacto de la promoción turística generada a través de estas herramientas de pauta publicitaria.

En resumen, esta investigación tiene como objetivo principal analizar el impacto de las imágenes utilizadas en los anuncios publicitarios generados por Logica GHL a través de plataformas como Facebook Ads y Google Ads. Al comprender cómo estas imágenes influyen en la generación de promoción turística, se podrá mejorar la efectividad de las estrategias de marketing digital y optimizar los resultados obtenidos en el sector hotelero de la cadena GHL.

1. DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO DE PRÁCTICA

✓ **Ubicación geográfica.**

Cl. 72 #6 - 30 Piso 8, Bogotá

✓ **Visión.**

Queremos posicionarnos como una de las agencias referentes en el acercamiento de medios digitales al enfoque estratégico de nuestros clientes para satisfacer sus necesidades a corto, mediano y largo plazo.

✓ **Misión.**

Buscamos ayudar a nuestros clientes a cumplir sus objetivos de optimización de costos e ingresos a través de la tecnología y marketing digital, diseñando, implementando y desarrollando estrategias efectivas en canales digitales.

✓ **Objetivos de la institución.**

OBJETIVO GENERAL: Crear e implementar estrategias digitales efectivas para la optimización de los productos y servicios de nuestros clientes para generar ventas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Analizar el mercado objetivo para determinar sus necesidades y suplirlas con éxito.
 - ✓ Proponer planes estratégicos basados en los enfoques corporativos de nuestros clientes.
 - ✓ Ejecutar acciones versátiles frente a los diferentes resultados.
 - ✓ Establecer procesos eficientes para el manejo adecuado de recursos.
- ✓ **Descripción del departamento donde se desarrolló la práctica profesional.**
El departamento de marketing digital en hoteles es responsable de planificar, implementar y gestionar las estrategias de marketing en el entorno digital con el objetivo de promover la marca del hotel, atraer a nuevos huéspedes y fomentar la fidelidad de los clientes existentes. Este departamento se encarga de utilizar las herramientas y canales digitales disponibles para llegar al público objetivo de manera efectiva y maximizar el retorno de la inversión.
- ✓ **Nombre del jefe o del encargado del departamento.**
Priscila Rodríguez - Coordinador de Marketing Digital

✓ **Funciones del departamento.**

Es el encargado de llevar las estrategias de marketing para los diferentes hoteles o la cadena, tener presencia en la web, entre eso está crear los contenidos para las páginas web apoyándose en SEM y SEO para los posicionamientos de las web.

Gestionar redes sociales, manejar algunas cuentas de los hoteles y generar estrategias creando contenido orgánico y de valor para posicionar las redes.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Generación de contenido relevante y atractivo en el sector turístico en los hoteles en la publicidad paga y contenido orgánico en las redes sociales.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En el sector hotelero, uno de los desafíos más importantes es alcanzar a los clientes extranjeros, especialmente considerando que las agencias de viajes en línea (OTAs, por sus siglas en inglés) tienen una mayor cuota de mercado en este segmento. Esto dificulta que los hoteles compitan de manera efectiva en términos de alcance hacia su público objetivo.

Y uno de las mejores formas para poder competir es creando audiencias que quieran la marca por medio contenido orgánico y de valor poder crear esa audiencia. Ya que se evidencia que manejan el mismo tipo de contenido para todos los hoteles, el puede generar rechazo y no tienen una audiencia participativa.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la efectividad de la generación de contenido relevante y atractivo en las redes sociales para atraer y construir una audiencia comprometida en el sector turístico hotelero?

¿Cuáles son los desafíos específicos que enfrentan los hoteles al crear una audiencia en las redes sociales a través de la generación de contenido relevante y atractivo en el sector turístico?

¿Qué estrategias y tácticas se pueden utilizar para aumentar la audiencia y fomentar la participación en las redes sociales mediante la generación de contenido relevante y atractivo en el sector turístico hotelero?

Objetivo general:

Mejorar la presencia y el impacto de GHG Hoteles en las redes sociales a través de la creación de contenido relevante y atractivo, con el fin de aumentar la

visibilidad de la marca, fortalecer la relación con la audiencia y generar oportunidades de negocio.

Objetivo específicos:

- ✓ Incrementar el número de seguidores en las redes sociales de GHL Hoteles en un 20% durante el periodo de prácticas, implementando estrategias de contenido atractivo y relevante que generen interacción y atracción de nuevos seguidores.
- ✓ Mejorar el nivel de participación y compromiso de la audiencia en las publicaciones de GHL Hoteles en redes sociales, aumentando en un 30% los comentarios, likes y comentarios durante el periodo de prácticas, mediante la creación de contenido atractivo, interactivos y de calidad.
- ✓ Analizar y evaluar el impacto de las estrategias de contenido implementadas en redes sociales, utilizando herramientas de análisis de redes sociales, con el objetivo de proporcionar recomendaciones de mejora para optimizar la generación de contenido relevante y atractivo, y así lograr un incremento del 15% en el alcance orgánico de las publicaciones.

JUSTIFICACION

La generación de contenido relevante y atractivo en el sector turístico, específicamente en el ámbito de los hoteles, es crucial en la era digital actual. Con el crecimiento exponencial de las redes sociales y el aumento en la competencia en línea, contar con una estrategia efectiva de generación de contenido se ha convertido en una necesidad para las empresas hoteleras, como GHL Hoteles.

En primer lugar, la creación de contenido relevante y atractivo permite a GHL Hoteles llegar y conectar de manera efectiva con su audiencia objetivo. A través de publicaciones atractivas y valiosas, es posible captar la atención de los usuarios y generar interés en los servicios y experiencias que ofrece la cadena hotelera. Al ofrecer contenido que resuene con los intereses y necesidades de la audiencia, GHL Hoteles puede posicionarse como una opción preferida en el mercado turístico.

Además, el contenido relevante y atractivo en las redes sociales contribuye a construir una imagen positiva de la marca. Al compartir contenido de calidad, informativo y entretenido, GHL Hoteles puede establecerse como una autoridad en el sector turístico, generando confianza y credibilidad entre los usuarios. Esto no solo fortalece la relación con los clientes actuales, sino que también atrae a nuevos seguidores y potenciales clientes, ampliando así la base de audiencia y oportunidades de negocio.

DISEÑO METODOLÓGICO

| Objetivos específicos | Actividades | Sub actividades | Fechas |
|--|--|---|--------|
| Incrementar el número de seguidores en las redes sociales de GH L Hoteles en un 20% durante el periodo de prácticas, implementando estrategias de contenido atractivo y relevante que generen interacción y atracción de nuevos seguidores. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear un embudo de ventas para también pensar en la conversión ✓ Crear un Bayer persona ✓ Destinar un presupuesto por pauta publicitaria con objetivo reconocimiento para crear branding de la empresa | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer encuestas y preguntarle a los clientes cual es contenido que más les gusta. | |
| Mejorar el nivel de participación y compromiso de la audiencia en las publicaciones de GH L Hoteles en redes sociales, aumentando en un 30% los comentarios, likes y comentarios durante el periodo de prácticas, mediante la creación de contenido atractivo, interactivos y de calidad | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizando sorteos de habitaciones gratuitas y documentar la información por medio de video para publicarlo como contenido. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar los concursos y realizar post informativos con fechas. | |
| Analizar y evaluar el impacto de las estrategias de contenido implementadas en redes sociales, utilizando herramientas de análisis de redes sociales, con el objetivo de proporcionar recomendaciones de mejora para optimizar la generación de contenido relevante y atractivo, y así lograr un incremento del 15% en el alcance orgánico de las publicaciones. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar reportes por medio de Google Data estudió | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Analizar las métricas y revisar, si las campañas si fueron efectivas. | |

Resultados

- ✓ Aprendí a llevar los procesos de pauta digital dentro de la empresa
- ✓ Subir contenido al CMS
- ✓ Lenguaje HTML
- ✓ Manejo de Photoshop
- ✓ Herramientas para optimización de contenido.
- ✓ Creación de pop up y administración en las diferentes Webs