World Tourism Organization

UNWTO

UNWTO:
MADRID PRECIOUS TIME

– Madrid Precious Time – Descubriendo el turismo a través de Google Glass

VISIÓN DE CONJUNTO

LA NECESIDAD
La organización Mundial del Turismo, a través de su programa de Miembros Afiliados, necesita identificar nuevas formas de comunicación con los turistas en el destino.

LA SOLUCIÓN
En un trabajo conjunto, Segittur – Sociedad Estatal para la gestión de la innovación y las tecnologías turísticas, dependiente del Ministerio de Turismo de España – y Beemray diseñaron y construyeron un servicio de marketing basado en la localización para comunicarse con los turistas en función del contexto y de la ubicación.

Mantenerse al día ante los cambios turísticos

Las nuevas tecnologías y los medios de comunicación están promoviendo cambios en el turismo. Los viajeros recurren a internet para indagar sobre posibles destinos y comparten experiencias de sus viajes durante el transcurso de éstos.

Estos cambios se han acelerado debido a los smartphones, ya que cada vez más personas usan dichos dispositivos como su fuente primaria de información. Las aplicaciones móviles permiten vivir una experiencia más real, una experiencia que ninguna guía turística es capaz de ofrecer. Atrás quedaron los días de los mapas sobre papel; los smartphones y las aplicaciones actuales pueden realizar traducciones en tiempo real, utilizarse como tarjeta de embarque o encontrar una habitación de hotel de última hora.

Las tecnologías portátiles son la última tendencia, y Google Glass y los relojes inteligentes, se consideran el próximo gran paso en las tecnologías de viaje. Las tasas actuales de adopción de las tecnologías portátiles siguen siendo bajas pero la concienciación de los consumidores es alta y es previsible asistir al aumento del número de dispositivos portátiles durante los próximos años.

Por lo tanto, la innovación continua para la industria turística, representando así un gran desafío que satisface y supera las expectativas del turista y el consumidor, ofreciéndole una experiencia de inmersión única.

Mejorar la comunicación con los turistas

La tecnología de la comunicación evoluciona cada vez más rápido y los profesionales del marketing han de adaptarse para satisfacer las necesidades del viajero. Los avances y las nuevas tecnologías requieren el desarrollo de nuevas estrategias, especialmente en el caso de los turistas que ya se encuentran en el destino. A través de la tecnología el turismo está evolucionando vertiginosamente hacia un área en la que los consumidores demandan información a tiempo real que sea relevante para sus circunstancias específicas, a saber: eventos especiales, estado del tráfico, el tiempo, cuestiones de seguridad y ofertas culturales.

QUÉ LO HACE MÁS INTELIGENTE
El destino es capaz de comunicarse en tiempo real a través de "Madrid Precious Time" y la aplicación de Google Glass para los turistas que proporciona información relevante online y offline.

RETO:

Reinventando el acercamiento a los turistas

El acercamiento a los turistas en tiempo real, cuando están visitando un lugar, siempre ha sido un gran reto. Se han realizado una gran cantidad de inversiones en destino, en webs de viajes, en aplicaciones móviles, marketing online, etc. Sin embargo, estos servicios, habitualmente, son unidireccionales, dejando un gran vacío en el flujo de la comunicación entre el proveedor de contenido y el consumidor. Normalmente, los turistas se conectan a los sitios web y a las aplicaciones móviles desde su casa o desde el hotel, ya que mientras viajan, habitualmente están offline debido a las tarifas de roaming.

EL RESULTADO
"Los destinos pueden comercializar lugares y eventos para los turistas cuando están cerca y también reaccionar muy rápidamente a las oportunidades de promoción y patrocinio, cuando éstas se presentan".
Yolanda Perdomo, Directora del programa de Miembros Afiliados de la OMT

Esta realidad supone un reto importante: los turistas no pueden recibir información actualizada en el extranjero mientras descubren y exploran un nuevo destino. Por lo tanto, mientras que el destino puede ofrecer una interesante y dinámica gama de actividades y eventos culturales, el turista, ajeno a esta información, no es capaz de aprovechar y disfrutar estas oportunidades. Hoy en día, la mayoría de los turistas, solo encuentran los museos y los parques más comunes, pero se pierden la mayoría de oportunidades interesantes que podrían disfrutar. Es crucial disponer de información precisa y oportuna pero en la actualidad no es accesible fácilmente, a pesar de los desarrollos tecnológicos de herramientas para los turistas.

SOLUCIÓN:

Servicios de localización y contextualización para dispositivos móviles y portátiles

"Creemos que los servicios de localización inteligentes soportados por las tecnologías portátiles, como Google Glass, son un importante catalizador para el futuro del turismo.

Enrique Lancis, CTO, Segittur

La OMT está constantemente valorando nuevas tecnologías y posiblidades que contribuyan a la mejora de la experiencia turística. Enrique Lancis, Director de Tecnología de Segittur, socio tecnológico de la OMT en los prototipos del Programa de Miembros Afiliados, reconoció la oportunidad de utilizar las herramientas de marketing basadas en la localización para hacer frente al vacío en la comunicación turística. La visión de Enrique fue crear un servicio de marketing basado en la localización que utilizara la infraestructura basada en la nube y las aplicaciones compatibles con múltiples dispositivos. Enrique y su equipo se reunieron con Beemray - en virtud de su plataforma de marketing basada en localización, trayectorias y redes de socios – como la mejor opción para llevar a cabo dicha misión.

En breve, se lanzará una aplicación para móviles Android y IOS "Madrid Precious Time". Esta aplicación permite a los turistas recibir información oportuna cuando están fuera de su ubicación. El servicio personalizado en varios idiomas también ofrece comunicación instantánea, información sobre rutas y una gran cantidad de contenido, lugares tradicionales para las compras y el entretenimiento. El turista también será capaz de utilizar los canales de medios sociales conocidos como Twitter y Facebook para compartir la información sobre un lugar interesante. Las aplicaciones móviles también ofrecen funcionalidad offline; la aplicación actualiza automáticamente el contenido cuando el dispositivo se conecta a una WiFi (por ejemplo, a una red Wifi de un hotel). Mientras que en el modo offline, el dispositivo es capaz de alertar y mostrar notificaciones e información de localización.

El contenido se actualiza constantemente proporcionando información actual, que incluye eventos especiales, descuentos, etc. Los administradores crean y editan el contenido con el servicio online Beemray que proporciona un amplio conjunto de funcionalidades para gestionar todo el contenido. Además ofrece herramientas de informes para realizar un seguimiento de dónde y cómo se consumen los mensajes de marketing basados en localización. Esta información crea una fuente de datos valiosa para comprender el retorno del marketing y el comportamiento de los turistas.

"Por primera vez, este servicio rompe una barrera infranqueable hasta el momento" dice Yolanda Perdomo, Directora de los Miembros Afiliados de la OMT. Creemos que los servicios de localización inteligentes, soportados por teléfonos móviles y tecnologías portátiles, como Google Glass, son un importante catalizador para el futuro del turismo. La información cualitativa y relevante ayuda al turista a descubrir la ciudad como nunca antes lo había hecho, ya que el servicio permite a los participantes del proyecto comunicarse con el turista cuando éste está cerca de su establecimiento.

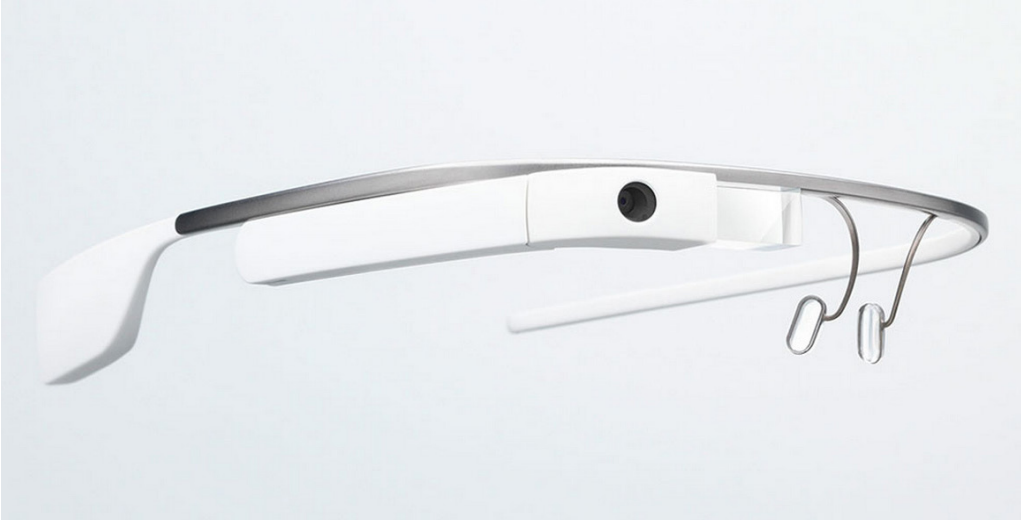
BENEFICIO:

Mejorar los modelos de interacción turística

La puesta en marcha de la localización basada en servicios de marketing dirigida a múltiples dispositivos en el prototipo de Madrid del programa de miembros afiliados de la OMT, es un poderoso ejemplo de cómo el marketing basado en la localización, que generalmente es de corta duración, específico y personalizado, se está convirtiendo en el principal motor de la comunicación proactiva con los turistas en el destino.

RESUMEN:

Una búsqueda constante



La capacidad de las aplicaciones móviles y de google glass para informar acerca de las áreas de interés de una manera atractiva, genera verdaderamente una experiencia única. El servicio es la introducción de la siguiente fase de las tecnologías de las que los turistas pueden beneficiarse. La creación de contenido dinámico y las actualizaciones, incluso cuando los dispositivos están en modo offline, proporcionan un canal de comunicación innovador y fiable para los turistas. La rentabilidad y la facilidad de mantenimiento es una prioridad del proyecto.

"Nos hemos comprometido a aprovechar lo último en tecnología con el fin de crear una experiencia superior para los turistas", dijo Enrique Lancis, director de tecnología en Segittur. "Los servicios de localización, contextuales y personalizados con dispositivos portátiles son la próxima fase de las aplicaciones turísticas".

Enrique ve la plataforma de marketing de la OMT " Madrid Precious Time" como un componente clave en la estrategia para ofrecer una experiencia superior al cliente y los incentivos turísticos inteligentes. "La ayuda de Beemray en el refinamiento y el logro de esta visión ha sido crucial para nuestro proyecto", dice Enrique.

CARACTERÍSTICAS

Aplicación móvil
- Categorías de localización
- Contenido de localización
- Llamada
- Ruta a una ubicación
- Vista de la calle
- Compartir en medios sociales
- Notificaciones
- Definición de rango
- Multilingüe

Google Glass
- Contenido de localización
- Llamada activada por voz
- Ruta activada por voz
- Compartir en medios sociales activados por voz
- Notificaciones
- Multilingüe

Servicio en la nube Beemray
- Gestión de contenidos
- Informes
- Presupuesto
- Data mining visual
- Mobile SDK

ANTECEDENTES:

MADRID
PRECIOUS TIMES

Madrid Precious Time

Esta aplicación se desarrolla en el marco de la iniciativa "Madrid Precious Time", un proyecto piloto o prototipo del Programa de Miembros Afiliados de la OMT, cuyo fin es aplicar de forma tangible el conocimiento que radica en la organización y en sus miembros a fin de establecer un modelos que pueda ser replicado y recomendaciones que sirvan de referencia en otros destinos.

Los prototipos del Programa de Miembros Afiliados de la OMT son proyectos vivos de análisis e investigación que se llevan a cabo en un destino turístico a fin de identificar las claves necesarias para proponer políticas y estrategias que permitan a dicho destino posicionarse en el mapa internacional y reforzar el impacto social y económico en torno a una varias temáticas específicas.

Las actividades involucradas en "Madrid Precious Time" se llevan a cabo con la participación activa y la colaboración con las empresas, instituciones y autoridades de turismo locales que forman parte del Programa de Miembros Afiliados. El objetivo final es realizar, de forma conjunta, un ejercicio práctico de innovación y aprendizaje que permita encontrar nuevos caminos en un escenario de cambios vertiginosos como el actual, en el que la interacción y el intercambio de experiencia y conocimiento son cruciales.

Esta iniciativa nace como consecuencia del proyecto "Ciudades", iniciado por la OMT en 2012 en colaboración con 21 ciudades en todo el mundo. Dicho proyecto alienta la investigación en torno al rol estratégico del turismo en el desarrollo de las ciudades, el diseño de productos y servicios innovadores que mejoren la experiencia del visitante y los conceptos vinculados a las Smart Cities.

"Madrid Precious Time" es un ejemplo de modelo colaborativo en el que participan empresas de distintos ámbitos con las instituciones públicas bajo el paraguas de la OMT. Todas ellas trabajan de manera sinérgica para que el concepto "Premium" se pueda aplicar de manera efectiva en la ciudad de Madrid. Es importante resaltar que esta iniciativa cubre también otros aspectos subrayados en el Proyecto "Cities" tales como la formación del capital humano, la comunicación, el patrimonio tangible e intangible, las nuevas formas de colaboración entre los actores involucrados en el proyecto, la importancia de los contenidos y el componente tecnológico vinculado al producto.

En el prototipo "Madrid Precious Time" trabajan de forma sinérgica más de 20 Miembros Afiliados de diversos sectores (tecnología, alojamiento, transporte, seguros, gastronomía...) junto con artesanos, comercios y museos locales.

Para más información

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
PROGRAMA DE MIEMBROS AFILIADOS

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es un organismo especializado de las Naciones Unidas encargado de la promoción del turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Es el único organismo de las Naciones Unidas, que incluye a las empresas privadas como miembros. Estos están englobados en el Programa de Miembros Afiliados, que se compone de más de 400 miembros que representan al sector privado, instituciones académicas, asociaciones de turismo y autoridades turísticas locales. Uno de cada 5 miembros opera en todas las regiones del mundo y en total, los Miembros Afiliados representan más de 76 naciones.

Para obtener más información de la Organización Mundial del Turismo (OMT), por favor visite: www2.unwto.org

Beemray

Para aprender más acerca de cómo Beemray puede ayudarle a transformar su negocio, por favor póngase en contacto con su socio o representante de ventas de Beemray.

Visítenos en: beemray.com

En cooperación con:
www.segittur.com

SEGITTUR
turismo e innovación

© Copyright Beemray Corporation January 2014
All Rights Reserved
Beemray, the Beemray logo, beemray.com and Relevant Marketing are trademarks of Beemray Corporation, registered in many jurisdictions worldwide. Other product and service names might be trademarks of Beemray or other companies.