

Empresarios portuenses conocen las claves para gestionar correctamente sus redes sociales

La actividad del Programa de Calidad del Consorcio urbanístico contribuye a la mejora de la comunicación de las empresas.

16 de enero de 2019.- Treinta y cinco empresarios y profesionales del sector turístico adheridos al Programa de Impulso de la Calidad Turística del Consorcio urbanístico para la rehabilitación de Puerto de la Cruz han asistido hoy, miércoles 16 de enero, al taller “Las 10 cosas que como organización no deberías hacer en Redes Sociales”.

Dentro de las líneas estratégicas del Plan de Modernización y Mejora de Puerto de la Cruz (PMM) está la mejora de la calidad de los servicios que ofrecen las empresas y profesionales en sus negocios. Es por ello, por lo que la comunicación que estos realizan diariamente no sólo afecta a sus propios negocios, si no a la imagen y percepción del destino por parte de los usuarios.

En esta línea, el Programa de Impulso de la Calidad desarrollado por Excelencia Turística de Tenerife, planifica cada año diferentes acciones que contribuyen a la mejora de la comunicación online de los adheridos al dicho programa.

En esta sesión gratuita celebrada en las instalaciones del Hotel Vallemar, los asistentes, principalmente directores de marketing de establecimientos hoteleros, directores, gerentes y responsables de marketing de Puerto de la Cruz, conocieron de la mano de la experta en copy creativo y marketing digital, Mayi Juárez, los habituales errores que se cometen en la gestión de redes sociales.

Con ejemplos prácticos y cercanos mostrados en la sesión se resolvieron muchos de los problemas habituales para los que esta profesional aportó herramientas necesarias, así como las pautas que aportan calidad a la comunicación. Entre ellas, adaptar el contenido a cada red social, la elaboración de publicaciones apropiadas, con imágenes propias, la adaptación de las publicaciones en distintos idiomas o la planificación de toda la comunicación que se va a realizar durante todo el año.

Además del contenido propio, Mayi Juárez apunta ir más allá: “No sólo debemos hablar de nosotros mismos, de nuestro negocio. Las redes son sociales, debemos interactuar y aportar contenido por ejemplo de nuestro destino. En el caso de Puerto de la Cruz con sus principales festividades y eventos que se celebran en él para formar parte de esta comunidad”.

Al término de la sesión se atendieron las principales inquietudes de los presentes sobre la correcta gestión de las opiniones en las diferentes redes sociales, las herramientas para dirigirse al público objetivo y atraerlos de forma atractiva sin dejar de ofrecer una información veraz e inmediata.