

Diseño de experiencias turísticas

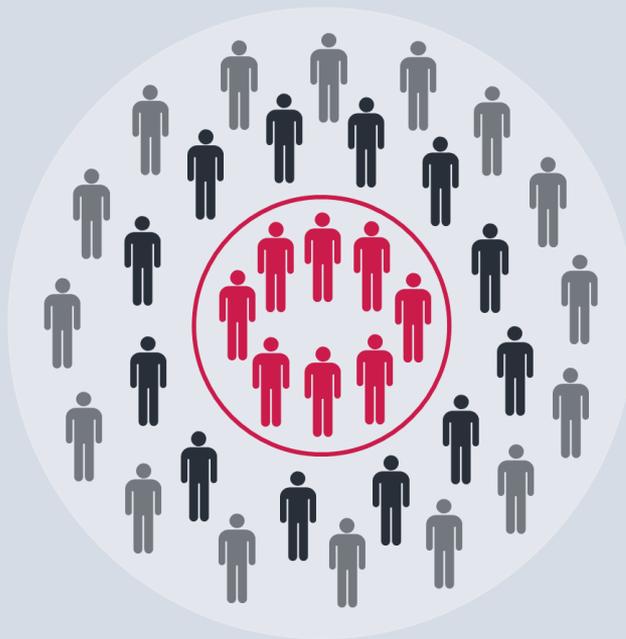


**HOY, OFRECER
EXPERIENCIAS
DE CALIDAD ES UN
REQUISITO INDISPENSABLE
PARA SER COMPETITIVO
EN LA INDUSTRIA
TURÍSTICA**



1. Orientar tu oferta a las necesidades de tus públicos objetivo

Preferencias
y
necesidades



Nuevos
segmentos
de mercado

2. Diferenciar y dar mayor valor a tu producto

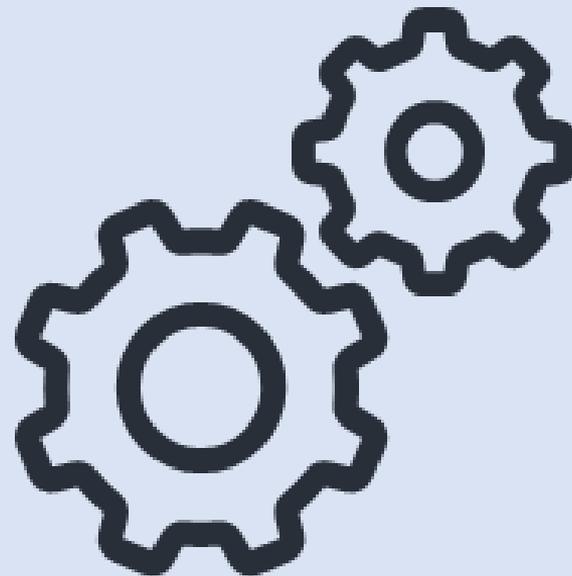
Distinguirte
de la
competencia



Articular
nuevos bienes
servicios y
actividades

3. Flexibilizar tu oferta

Incorporando
alternativas para
enfrentar
escenarios diversos



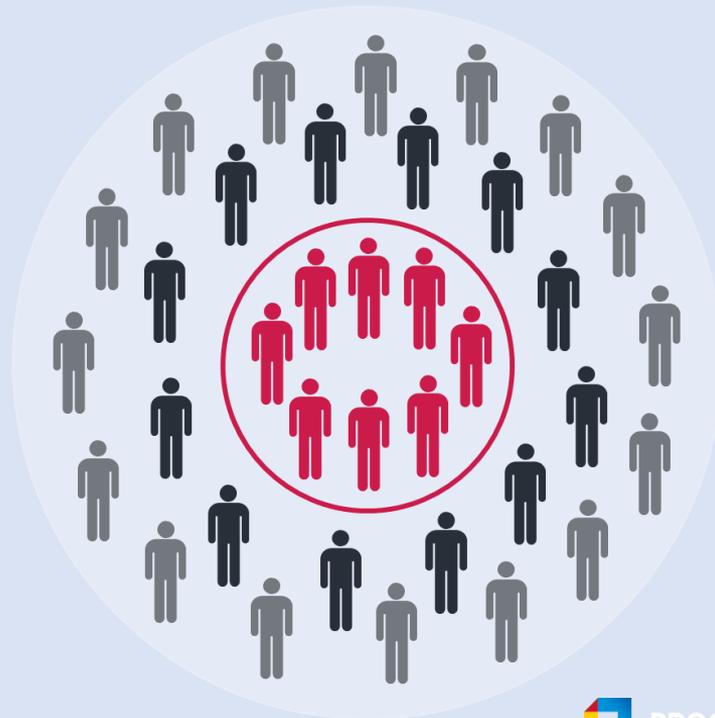


Beneficios esenciales

COLOMBIA 

4. Mayor satisfacción y memorabilidad en los visitantes

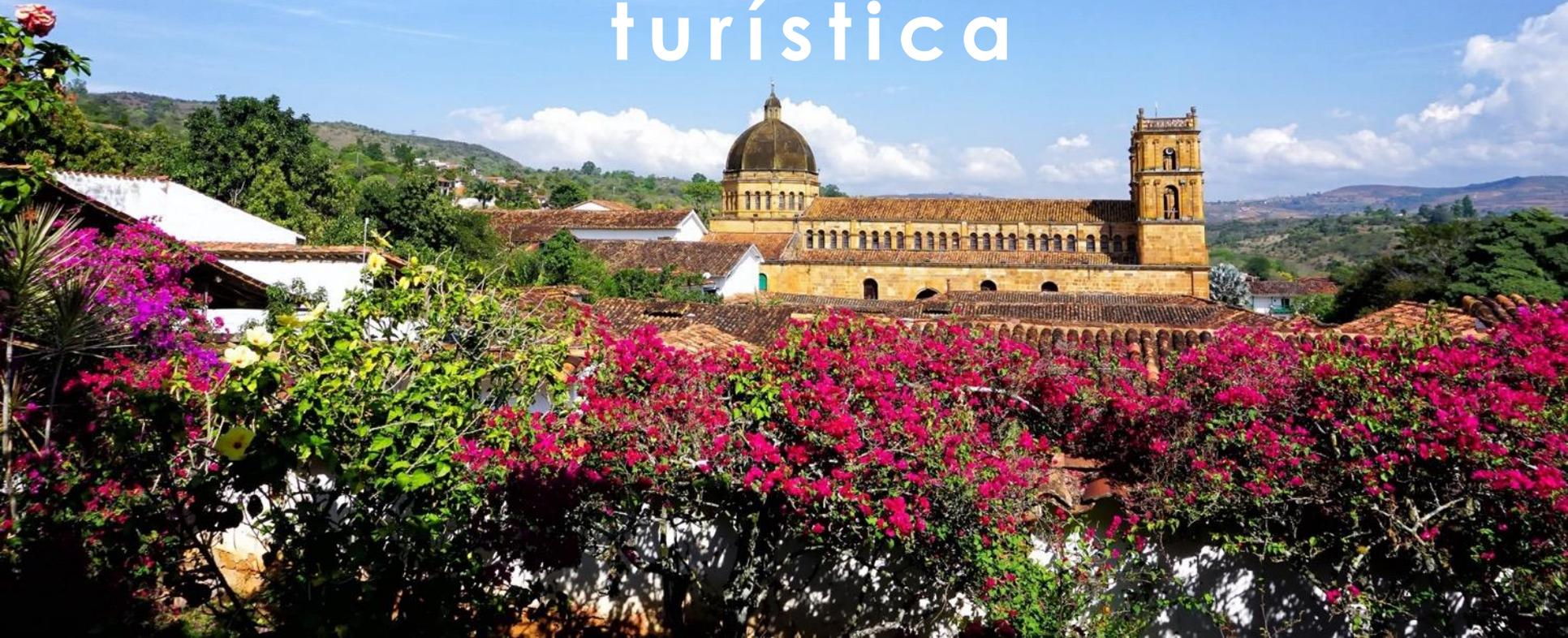
Fidelizar los
públicos actuales
como para atraer a
otros nuevos



5. Mayores ingresos- Influencia y valoración en el medio



Características de una experiencia turística



1. INTEGRAR MÚLTIPLES SENTIDOS



Foto: @agenciatorcolombien

¿Qué sentidos activa tú experiencia turística?

2. APELAR A DIVERSAS DIMENSIONES HUMANAS



Foto: @agenciatresorcolombien

Física
Intelectual
Social
Espiritual
EMOCIONAL

3. INCORPORAR UNA NARRATIVA



Foto: Fuente personal

4. PROVOCAR
INTERACCIONES
CON EL ENTORNO
QUE VAYAN MÁS
ALLÁ DE LA SOLA
CONTEMPLACIÓN



Foto: Fuente personal

5. PERCIBAN Y VALOREN EL CARÁCTER GENUINO DE SU OFERTA



Foto: @agenciatorcolombien

A scenic view of a tropical waterway. In the foreground, a person in an orange shirt and red cap is paddling a yellow and white canoe. The water is a vibrant turquoise color. In the middle ground, several colorful canoes (blue, green, and yellow) are docked at a sandy shore. The shore is lined with several thatched-roof huts, likely made of palm fronds, and surrounded by lush green tropical vegetation, including palm trees. The background shows a dense line of green trees under a bright blue sky with scattered white clouds.

¿QUÉ
BUSCAN LOS
TURISTAS?

¿Quiénes son
los
buscadores
de
experiencias?



SABERES...



APRENDER ALGO NUEVO

**Adquiriendo
información,
perspectiva,
autoconocimiento o
revelaciones inéditas**

EXPERIMENTAR VIVENCIAS AUTÉNTICAS Y PARTICIPATIVAS



Sociables
Interactuar con personas locales e involucrarse
con ellas

***“No se limitan a observar, sino que participan
activamente en otros estilos de vida***

DESAFIARSE A SÍ MISMOS, YA SEA FÍSICA, EMOCIONAL O MENTALMENTE



Foto: Fuente personal

En aventuras distintas a las de su día a día, que les proporcione un sentido de crecimiento y realización personal



Foto: Fuente personal

CONOCER
AMBIENTES
CULTURALES Y
NATURALES
“INTOCADOS”
O
“INEXPLORADOS”

DISEÑO DE EXPERIENCIA PASO A PASO

CONOCE A TUS PUBLICOS



Variables Demográficas

Edad, genero, nacionalidad

Variables Socio-Económicas

Ingreso, ocupación,
educación, nivel socio
económico.

Variables Psicográficas

Personalidad, estilos de vida,
intereses, gustos,
inquietudes, opiniones,
valores

Variables Conductuales

Beneficios buscados (precio,
calidad, servicio) tipo de
usuario, nivel de uso (heavy
/ lighth users)

Otras variables

Anticipación de la reserva
Gasto promedio

CONOCE TU ENTORNO



A humpback whale is captured in the middle of a breach, its dark, wet skin glistening with water. The whale's head and upper body are visible above the dark blue, choppy water. In the background, a dense, green forest covers a hillside that stretches across the horizon under a clear sky. The overall scene is vibrant and natural.

CONOCE TU
COMPETENCIA

Define el guion
de tu
experiencia



- 1. Define la narrativa de tu experiencia, entendida como la historia o las ideas centrales que la articularán y le darán un significado especial.**
- 2. Evalúa un precio posible que refleje el valor de la experiencia.**
- 3. Revisa tus definiciones sobre públicos, objetivos, guion, narrativa y costo**
- 4. La duración aproximada de tu experiencia y el tamaño máximo de los grupos que recibirás.**
- 5. Los roles del guía y/o de otros mediadores**
- 6. Los contenidos que serán comunicados en cada una de las acciones**
- 7. Los procedimientos e instalaciones que proporcionarán comodidad y seguridad a tus visitantes**
- 8. Los requerimientos de arquitectura, decoración, mobiliario, equipamiento**
Finalmente, revisa que las acciones, roles, contenidos y requerimientos

Implementa tu
experiencia





¿En que debo
invertir?



¿Cuánto personal
debo reclutar?



¿Cómo lo
capacito?



¿Qué dinámicas
inclirá mi
experiencia?



IMPLEMENTA TU PLAN DE PROMOCIÓN



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

COLOMBIA 



MUCHAS
GRACIAS

COLOMBIA.TRAVEL



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS