

▶ REPORTAJE

POR RAFAEL G. / FOTOS CEDIDAS ◀

Alumnos del Máster de Turismo visitan sedes de plataformas digitales

Ayer estuvieron en la sede de Yahoo en Madrid y recibieron una charla de Ignacio Blanco, responsable de Prisa Digital y experto en Marketing, quien explicó la página digital que ponen con las ofertas de viajes y los "paquetes" turísticos

El programa de actividades del Máster en Dirección y Administración de Empresas Turísticas que se iniciará oficialmente el próximo día 15, en la Facultad de Educación y Humanidades organizado por la Universidad de Granada, ha llevado en una serie de visitas concertadas, a los alumnos participantes en el mismo, tanto en nuestra ciudad como en Granada, a varias sedes de plataformas tecnológicas para que conozcan su funcionamiento interno, de cara a su incidencia en el ámbito turístico.

En la jornada de ayer, el grupo formado por una treintena entre profesores y alumnos, visitaron la sede central de Yahoo en la calle María de Molina de Madrid. Un encuentro que se produjo a primeras horas de la tarde, con una charla-coloquio a cargo del personal de Yahoo España sobre Search y Respuesta Directa del sector Viajes en Yahoo. En la información que se les dio a los alumnos se aludió a las diferentes ramas que aborda esta empresa y a las tendencias del usuario de hoy, así como a la inversión publicitaria en Internet que ha sido la única que ha crecido en estos tiempos de crisis con 885.000 millones de euros.

En las explicaciones que se le dieron a los alumnos del Máster de Turismo se aludió al análisis de las preferencias actuales del consumidor, que prefiere las tablettes a los teléfonos móviles; también se les informó que el 55% de los clientes de Yahoo van a buscadores para localizar un viaje antes de hacerlo en alguna agencia especializada. Y en este sentido se les dijo que un consumidor planea un viaje de vacaciones y tarda para decidirse a organizarlo entre dos y tres meses, lo que obliga a quienes los promueven a adelantarse y lo ponen en promoción cuatro meses antes lanzando la campaña publicitaria.

Yahoo se unió hace tres años a Microsoft propietario del buscador "bing" y aunque ambas empresas siguen siendo competidores en otros ámbitos, no así en el de buscador, lo que les permite a ambas empresas competir con el gigante de esta modalidad Google.

La ventaja del acuerdo de Yahoo con Microsoft es que esta empresa tiene una alta tecnología que actualiza casi de manera permanente en su plataforma. Otro dato que se les dio a los alumnos del Máster es que Yahoo antes de su unión con Microsoft tenía



4.168.000 usuarios al mes y aunque son menos que los de Google, gastan mucho más dinero. En la charla-coloquio a cargo del personal de PRISA se les habló a los alumnos sobre Planeo e iniciativas de E-Commerce en el sector turístico. En este caso fue Ignacio Blanco, responsable de PRISA Digital y

experto en Marketing, quien explicó la página digital que ponen con las ofertas de viajes y los "paquetes" turísticos del Grupo PRISA que aprovechan la fuerza de sus emisoras de radio y encuentran un gran soporte publicitario en ellas para dar a conocer todas sus promociones.

La sesión de hoy se iniciará con la visita a la sede central del Instituto de Estudios Turísticos, a los estudios de PRISA-Radio (Cadena SER, 40 Principales, Cadena Dial) en la Gran Vía madrileña y por la tarde, está pendiente de concretarse una visita con charla-coloquio a la sede central de Google.

vive la información



vive "el pueblo de ceuta"