

## 60 participants en el primer taller de formació de comercialització digital que ha tingut lloc aquest matí a Arties



Unes 60 persones, entre empresaris i representants del sector turístic del Pirineu de Lleida, han participat aquest matí en el primer taller de formació de comercialització digital que ha tingut lloc al Parador d'Arties, a la Val d'Aran, organitzat per la Diputació de Lleida per mitjà del Patronat de Turisme. L'objectiu d'aquests tallers és apropar la innovació, les noves tendències de màrqueting online i "promocionalització" a les empreses turístiques del Pirineu i les Terres de Lleida i ajudar-les a millorar la seva estratègia de venda online. La jornada d'avui a la Val d'Aran és la primera de les tres sessions de treball programades per impartir aquests tallers de formació de comercialització digital. Les altres dues sessions tindran lloc el 12 de novembre al Centre Empresarial i Tecnològic de l'Alt Pirineu-CETAP de la Seu d'Urgell i el 27 de novembre a la sala d'actes de la Diputació de Lleida.

El vicepresident del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, Gerard Sabarich, i el director del Patronat, Jordi Blanch, han adreçat unes paraules de benvinguda als assistents. Gerard Sabarich ha destacat la importància de la formació per al sector turístic atesos els canvis que s'estan produint en la promoció i comercialització de les destinacions turístiques. Sabarich també ha explicat que "aquests tallers de formació formen part de l'acord del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida amb l'agència de viatges Rumbo, líder en comercialització online, i que tenen com a objectiu incrementar les vendes i les pernoctacions al Pirineu i les Terres de Lleida, reforçant la presència de la seva oferta a Internet com també la imatge de marca de la destinació". Per la seva banda, el director del Patronat, Jordi Blanch, ha dit que "en un món canviant com el nostre és necessari avançar-se als canvis i adaptar-nos a una nova

bé ha fet una crida a les empreses turístiques per generar sinergies entre elles per crear nous productes turístics i poder-los comercialitzar per diferents vies, entre elles la de l'empresa Rumbo, líder on-line.

El taller de formació ha anat a cura de Jimmy Pons, reconegut professional i referent del màrqueting on-line i social. Pons ha explicat als assistents com ha evolucionat el sector turístic a partir del segle XXI des del punt de vista del consumidor. En aquest sentit, ha fet referència a l'anomenada reputació on-line i ha assenyalat que els comentaris dels mateixos consumidors a través d'Internet ha suposat una nova manera

de planificar les sortides i en la presa de decisions dels viatgers alhora de planificar i decidir sobre les seves destinacions, les activitats i els allotjaments. Per aquest motiu, ha explicat Jimmy Pons cada vegada resulta més important i transcendent saber gestionar tots aquests comentaris sobre els establiments i les destinacions que hi ha a Internet mitjançant una estratègia de màrqueting de continguts i com adaptar el web de l'empresa turística a l'era dels Mitjans Socials i com emprar les xarxes socials per a la promoció d'un determinat producte i destinació turística.

