



**PREPARARSE PARA VOLVER
A OFRECER VIAJES:
CÓMO LIONBRIDGE AYUDÓ A UNA
AGENCIA DE TURISMO A RESPONDER
A LOS EFECTOS DE LA COVID-19**

RANGO DE MERCADOS

9 IDIOMAS

COLABORACIÓN DE LARGA
TRAYECTORIA

Proyecto

Después de meses de estar confinados en casa debido a la pandemia de COVID-19 y gracias al atractivo clima cálido, era seguro que se reanudarían los viajes a medida que se levantan las restricciones. Las empresas de turismo debían anticiparse a este repunte en la actividad y planificar cómo mantener la seguridad pública. Una de las principales agencias de turismo de Europa y un colaborador de hace muchos años de Lionbridge trabajó en conjunto con nuestros equipos para diseñar una estrategia digital multilingüe a fin de adelantarse a la competencia.

Acerca del cliente

Como uno de los protagonistas principales en la industria del turismo europea, nuestro cliente es responsable de crear estrategias de marketing y contactarse con clientes de todas partes del mundo. Desde 2017, han trabajado con Lionbridge en los servicios de marketing digital, creación de contenido, traducción y redacción. Juntos, hemos diseñado una estrategia de marketing que generó un impacto en nueve idiomas.



El reto

Para muchos ciudadanos europeos, la llegada del verano significa una cosa: turismo. Sin embargo, en un mundo afectado por la COVID-19, también surgen nuevos desafíos. Los trabajadores de la industria del turismo se enfrentan a incertidumbres sin precedentes:

- ¿Cuántas personas viajarán?
- ¿De dónde vendrán?
- ¿A dónde viajarán?
- ¿Qué expectativas tienen en cuanto a la seguridad?
- ¿Cómo varían los sentimientos y las expectativas en cada país?

Y, lo más importante:

- ¿Cuáles son las principales inquietudes con respecto a la seguridad que tienen las personas que viajan?

Nuestro cliente necesitaba una manera de evaluar la intenciones y expectativas de los turistas a fin de comunicar las medidas de seguridad para un público multilingüe con diversas necesidades.

La solución

¿Dónde puede encontrar una empresa un lugar para hacer encuestas de manera fácil y precisa, para un público tan grande como toda Europa? Como con la mayoría de los desafíos relacionados con la COVID-19, la solución era virtual. La «escucha de redes sociales» es una herramienta para supervisar y medir las tendencias en las redes sociales. Y con el aumento de la popularidad de las redes sociales como una plataforma para expresar la opinión y comunicarse con las empresas, no había ningún lugar mejor para evaluar el sentimiento público.

Lionbridge utilizó la escucha de redes sociales para responder a las preguntas más urgentes de nuestro cliente.

Nuestro cliente quería saber lo siguiente:

- ¿Cómo hacemos para que los turistas visiten otros países y se mantengan a salvo?
- ¿Cómo será la experiencia diaria para los comercios y los destinos de los turistas?
- ¿Cuál es la percepción pública actual con respecto a viajar a otros países?
- ¿Cuál es la conversación actual en las redes sociales?
- ¿Quiénes son las personas influyentes más importantes de las redes sociales?
- ¿Qué plataformas son las más populares para las personas influyentes de las redes sociales?

A fin de abordar estas preguntas para un público multilingüe y multicultural, utilizamos Synthesio, una herramienta de escucha social de última generación.

Con Synthesio, podemos hacer un seguimiento de varias tendencias importantes, como las siguientes:

- Conversaciones en las redes sociales
- Temas recurrentes en las redes sociales
- Cantidad de menciones
- Comentarios de los clientes
- Expectativas de los clientes

Con estos datos, comparamos las tendencias todos los meses en una variedad de mercados e idiomas en toda Europa. Nuestro cliente, luego, pudo evaluar el rendimiento de cada campaña en cada país, y determinar cómo adaptar su enfoque en el futuro.



Los resultados

A través de la escucha de redes sociales y otras estrategias digitales, Lionbridge respondió a la incertidumbre con innovación. Nuestros equipos tuvieron éxito en proporcionar información concreta sobre el comportamiento de los turistas durante la COVID-19.

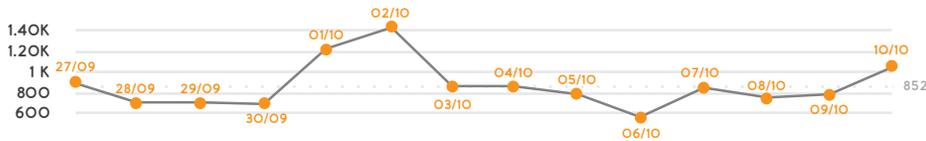
Clasificación de las principales personas influyentes de las redes sociales:

CLASIFICACIÓN	NOMBRE DE USUARIO	PUNTUACIÓN	MENCIONES	PAÍS	CLASIFICACIÓN DE SYNTHESIO (/10)	SENTIMIENTO PROMEDIO	TUITS	SEGUIDORES	PERSONAS QUE SIGUE
1	Jackie De Burca	38 390	3839	España	10.0	+	515 579	31 605	28 984
2	Barcelona Oculta	22 238	2851	España	7.9	=	5042	409	421
3	Insta Sitges	12 787	1332	España	9.6	+	163 693	756	139
4	#Catalonia	9700	970	España	10.0	+	152 863	1711	1
5	Janice Brady	4330	433	EE. UU.	10.0	+	587 135	13 693	7835
6	Publicidad, Marketing	3560	356	Venezuela	10.0	=	208 402	78 680	59 825
7	Mi vida es un viaje	3210	321	EE. UU.	10.0	+	261 102	25 789	18 683
8	Charles Friedo Frize	2870	287	Europa	10.0	-	976 658	16 415	10 617
9	Turismo-Global.com	2780	278	Canadá	10.0	=	86 553	3677	4950
10	Victoria	1957	215	Francia	9.1	=	8390	511	594
11	Publicidad Noticia	1870	187	Venezuela	10.0	+	68 097	49 003	50 309
12	BestTravelBook	1830	183	Italia	10.0	=	16 606	120 755	106 624
13	TravelHotelTours	1784	182	EE. UU.	9.8		6385	29 356	32 242
14	Geogragift	1721	185	España	9.3	+	4147	1571	1817
15	Kazu Shimura	1634	165	Japón	9.9	=	51 713	1073	361

Análisis de sentimientos:



Cronología de la actividad digital:



Comparación de todas las plataformas digitales:



DATOS NUEVOS		DATOS ANTIGUOS	
Twitter	79.60 %	Twitter	86.13 %
Noticias generales	5.30 %	Noticias generales	3.24 %
Periódico regional	2.95 %	Boletín informativo regional	2.01 %
Facebook	1.76 %	Facebook	1.55 %
Instagram	1.89 %	Instagram	1.45 %
Periódico nacional	1.72 %	Periódico nacional	1.25 %
YouTube	2.12 %	Televisión, radio	1.12 %
Foro	1.86 %	Foro	<1 %

Nuestro cliente pudo adaptar su estrategia de contenido para distribuir contenido personalizado y multilingüe junto con información concreta para su público.

