



SOLUCIÓN

Booking.com, es una empresa líder mundial en reservas de alojamiento por internet, con presencia en más de 223 países y territorios, su objetivo es ayudar a todo tipo de viajero a encontrar el alojamiento perfecto según su presupuesto. La publicidad se enfoca en medios digitales, en donde usuarios acceden a ofertas de alojamientos según sus intereses y búsquedas, a partir de variables de precio y calidad. Al ser cliente de Booking.com, su programa de fidelización permite un mayor acercamiento al enviar ofertas y recomendaciones sobre destinos vía email.



1. Ingresa a <http://www.booking.com> y diferencia entre una estrategia de comunicación comercial y una estrategia de contenidos de calidad.
2. Según tu criterio, en qué momento se debe llevar a cabo una estrategia de comunicación comercial y una de contenidos de calidad.

RETROALIMENTACIÓN

Lo hiciste muy bien, si identificaste como estrategia de comunicación comercial a la sección de “**Encuentra ofertas**”, en donde se resalta el precio y como estrategia de contenidos de calidad la sección “**Inspírate para tu próximo viaje**”, en donde se encuentra información de interés acerca de diferentes sitios turísticos.

Compara tus respuestas con la información que presentamos a continuación:



1. Diferencia entre una estrategia de comunicación comercial y una estrategia de contenidos de calidad:

Booking.com desarrolla estrategias de comunicación comercial enfocadas en ofrecer los destinos más populares a los mejores precios a través de la consecución de las mejores tarifas con aliados del sector turismo. Un ejemplo, es su sección de “**Encuentra ofertas**”.

Por otro lado, en la sección “**Inspírate para tu próximo viaje**”, Booking.com busca conectar a sus usuarios y clientes resaltando sitios turísticos a nivel mundial de diferentes tipos, buscando adaptarse a las necesidades de sus clientes, por ejemplo: los destinos más románticos, los mejores campings, formas distintas de conocer el mundo, etc.

2. En qué momento se debe llevar a cabo una estrategia de comunicación comercial y una de contenidos de calidad:

La estrategia de comunicación comercial debe ser constante y estar alineada a la estrategia de negocio según la temporada o campaña. La estrategia de contenidos de calidad cada vez toma más fuerza por parte de las marcas y si bien debe ser constante, depende de la capacidad de la empresa por mantener contenidos constantes en sus plataformas digitales.