

Economía del sector turístico: aumenta la presión comercial por email para mitigar los efectos del COVID-19

Según datos recogidos por Validity, compañía líder en calidad de datos, el sector comenzó a recuperar sus campañas de email en junio, pero el volumen de envíos todavía se mantiene relativamente bajo: sólo suponen el 30% respecto al mismo período del año anterior. El sector tendrá que lidiar con el comportamiento de los clientes y la incertidumbre asociada a los vuelos, además de readaptar su oferta global para acercar a los consumidores opciones de viaje de corta distancia, seguras y más asequibles

Validity, referente en términos de calidad de datos, ha realizado en los últimos meses un análisis detallado de la situación del email marketing en el sector turístico. Fruto de ello, la compañía ha constatado que, entre los meses de marzo y mayo, se ha producido una caída drástica en el volumen de emails enviados por los principales actores del sector. En concreto, el tráfico de emails disminuyó un 95% en España respecto al mismo período de 2019. Y aunque el volumen de emails turísticos enviados ha subido repentinamente a partir de junio, en España sigue siendo un poco inferior a un tercio del volumen esperado (30%), comparado con los datos del mismo período en 2019.

La crisis provocada por el COVID-19 ha impactado a los actores del sector turístico, que se han visto particularmente afectados por las cancelaciones de vuelos, los diversos confinamientos y el cierre de fronteras. Y, aunque algunas han aprovechado este período para limpiar sus bases de datos o acercarse a sus consumidores con campañas de correo electrónico más entretenidas y útiles (visitas virtuales y viajes, promociones de ofertas de viajes para 2021, etc.), la mayoría de las compañías ha reducido considerablemente sus envíos y ahora debe retomarlos desde una posición en la que su reputación como remitente es casi inexistente

Tras el comienzo del desconfinamiento, la reapertura gradual de las fronteras y la reanudación del tráfico aéreo, las compañías del sector turístico han redoblado sus esfuerzos para relanzar sus actividades, ejerciendo una fuerte presión comercial sobre los consumidores. Como el período de verano es vital en este ámbito, es más que nunca esencial adoptar buenas prácticas de entrega para garantizar la visibilidad de los mensajes. Porque, además de afrontar la tarea de retomar sus envíos de email marketing y recuperar su reputación como remitentes, las empresas turísticas tendrán que readaptar su oferta global para acercar a los consumidores opciones de viaje de corta distancia, seguras y más asequibles.

Análisis experto de la situación

Como respuesta a esta situación, Validity ha anunciado la celebración, el martes 21 de julio a las 3 p.m., de un webinar en el que abordará los problemas a los que se enfrentan los equipos de marketing en el sector turístico en sus estrategia de email marketing. Tras la reciente adquisición de 250k y Return Path, las compañías líderes en capacidad de entrega, Validity revelará las últimas tendencias de correo electrónico en el sector turístico de la mano de una de las compañías más relevantes del

sector, Icelolly.

Durante el webinar, el especialista británico en ventas de viajes privados Iceolly compartirá su propia experiencia. Junto a ellos, los expertos de Validity evaluarán la situación de la industria y aconsejarán a los equipos de marketing turístico que optimicen sus campañas de correo electrónico actuales y futuras, que son cruciales para mantener sus actividades este año.

La inscripción para el seminario web gratuito que tendrá lugar el próximo martes 21 de julio a las 3 p.m. está abierta en: <https://go.validity.com/webinar-greenlight-to-travel.html>

Datos de contacto:

AxiCom

617469635

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Turismo](#) [Consumo](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>