

L'edifici de la reputació

El pla de transformació digital de Lloret inclou l'ús de noves eines i la gestió de la marca en línia

El responsable de la formació, Rafael de Jorge, lloca que els directius creguin en la renovació



Una botiguera i Rafael De Jorge, en el taller sobre fotografia mòbil, al jaciment ibèric del Turó Rodó, amb la platja de Lloret de Mar, al fons. QUIM PUIG.

La fotografia i el vídeo mòbil, el lideratge digital i nous canals de comercialització van ser alguns dels temaris de la primera fase del pla de transformació digital de Lloret de Mar –de l'octubre del 2020 al març passat–. Sense l'arribada de turistes, a Lloret van optar per reinventar-se, com a mínim, en l'àmbit digital. “La gent no llegeix opinions, veu fotos”, explica Rafael de Jorge, professor universitari que guia el procés de transformació.

El pla ha tingut una segona fase, amb tallers pràctics per a segments com ara comerç, activitats i oci, restauració o allotjament, que acabaran aquest mes. De Jorge és fundador de l'empresa Growtur, especialitzada en tecnologia, creativitat i ètica en el sector turístic. Considera que tractar la imatge és bàsic. “Tot el que el canvi de reputació ha de passar per la base, que avui en dia

és la imatge. Ensenyem a la gent de Lloret que aprengui a donar bona visibilitat del seu producte. Alhora estem fent una estratègia de reputació de la destinació perquè l'estem construint des de sota”, explica De Jorge, mentre guia una desena de botiguers en un taller al jaciment ibèric del Turó Rodó amb vistes a la platja, a mitjan mes d'abril.

Una de les participants és Núria Pérez, que regenta el centre de fisioteràpia, estètica i massatge Gira-sol. “Ens ensenyen a utilitzar el mòbil per al nostre negoci a les xarxes socials, sobretot Instagram. Ens han ensenyat a enfocar productes, tot el que era l'aplicació en el nostre negoci.” Per Pérez, la feina diària els absorbeix i els fa passar de puntetes sobre la imatge que projecten. “El difícil s'ha fet fàcil. [El taller] m'ajuda a estar [al dia] amb les noves tecnologies. O pugues al carro de les xarxes socials, o no hi ets.”

Cristina Rebled, de Lloret Turisme, reconeix que el contingut a les xarxes és cada cop més important. Per això, considera que tenir “una formació específica per millorar aquests continguts que els nostres comerciants penjen a les xarxes és clau per a la seva visibilitat.”

Catorze projectesEn el pla hi han pres part 67 operadors turístics en 52 allotjaments, que representen la gestió del 62% de les places hoteleres locals, del 30% dels apartaments i el 50% de les places de càmpings, i quatre agències de viatges. El Teatre Municipal va ser l'escenari, divendres, de la presentació de catorze projectes sorgits del pla de transformació digital. Hi ha, entre d'altres, l'ús de l'storytelling (creació d'un relat) o l'ús del big data [gestió de milers de dades] per a la ultrasegmentació de campanyes.

El pla és una iniciativa de l'Ajuntament, Lloret Turisme i el Gremi d'Hostaleria, amb el suport del Patronat de Turisme Costa Brava i l'Agència Catalana de Turisme. “Fa més de mig any que treballem en la transformació, amb

més de setanta persones a la formació, la majoria propietaris i directors, que és per on ha de començar la transformació. Els de dalt hi han de creure i, a partir d'aquí, anar-ho estenent a la resta dels equips. Si no partim d'aquesta base, no fem res. És el que s'ha fet i crec que som pioners", diu De Jorge.

Publicat a:

-El Punt Avui. Girona 03-05-2021, Pàgina 18

Font del document: <http://www.elpuntavui.cat/societat/article/5-societat/1962578-l-edifici-de-la-reputacio.html>