



El consejero de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía, Marcos Ortuño, y el director general del Itrem, Juan Francisco Martínez, tras la presentación de la nueva web turística

La nueva web de promoción turística apuesta por el viajero que busca planes y experiencias singulares

[Turismoregiondemurcia.es](https://turismoregiondemurcia.es) forma parte nueva estrategia de marketing digital para optimizar el posicionamiento online del turismo de la Región



La Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía ha puesto en marcha la nueva web de promoción turística de la Región, turismoregiondemurcia.es, que forma parte de la estrategia de marketing digital de la Comunidad diseñada para optimizar el posicionamiento online del turismo regional, tanto en el ámbito nacional como internacional.

El director del Instituto de Turismo (Itrem), Juan Francisco Martínez, explicó que el portal “nace con vocación de ser más experiencial y accesible, con una denominación que pretende hacer más transversal la promoción turística de toda la Región”. Además, para mejorar la experiencia del usuario se ha mejorado la velocidad de carga, la usabilidad y la adaptabilidad a distintos dispositivos.

Con el objetivo de poder llegar mejor al turista actual, especialmente interesado en buscar planes y experiencias singulares, la web destaca las mejores propuestas de la Región en el ámbito del turismo azul, de naturaleza, salud y bienestar y gastronomía, ofreciendo la oportunidad de realizar la reserva directamente sin abandonar la página.

La apuesta por el contenido experiencial se refuerza con el blog en el que participarán profesionales acreditados e incluirá distintas acciones de fidelización, con sorteos y envío de información personalizada.

Estrategia más personalizada

La nueva estrategia de marketing digital de la Comunidad para impulsar el turismo aprovecha la tecnología actual para conocer las necesidades y gustos



personales de los visitantes. De esta forma, se podrá llegar a los distintos perfiles de turistas y captar viajeros, optimizando el mensaje, la promoción y dando a conocer los recursos que mejor encajen con sus preferencias.

El objetivo de esta estrategia es impulsar la competitividad de la Región como destino turístico, satisfacer sus demandas, aportarles valor y, de este modo, generar credibilidad y confianza.

El nuevo portal turístico se ha alineado asimismo con las cuentas de redes sociales de promoción existentes en Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y Tik Tok, que ya trabajan con el marketing de contenidos, ofreciendo publicaciones dinámicas y también experienciales de la mano de creadores de contenido de la Región.

En el ámbito internacional, también se ha adaptado la estrategia diseñada para la presencia digital de la Región de Murcia.