

MK INTERACTIVO

Anbal, de la web asociativa al 'e-commerce'

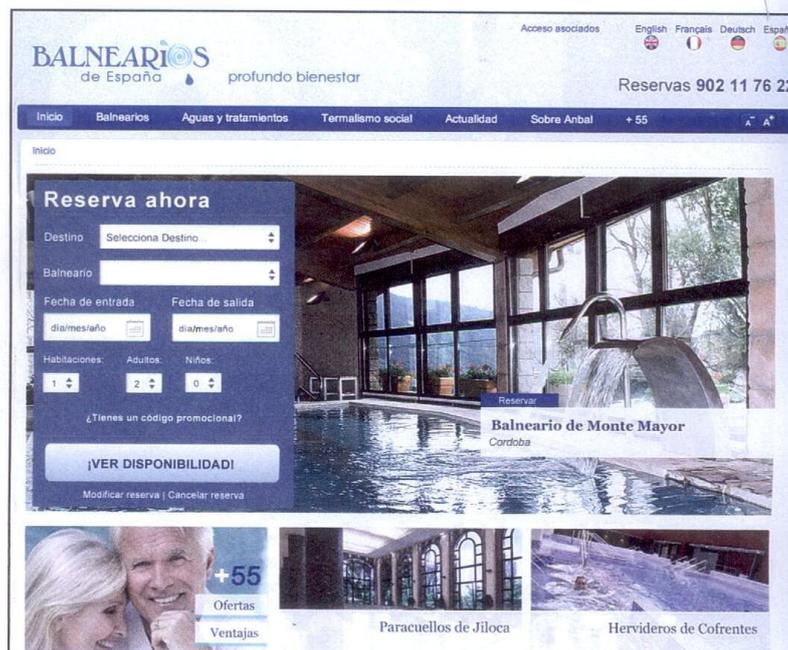
En tan sólo dos años, Balnearios.org ha logrado un equilibrio entre lo saludable y el ocio, entre la juventud y la tercera edad. De fácil navegabilidad, la web se halla muy bien posicionada en buscadores e integra un motor de reservas que la convierte en una completa web de comercio electrónico.

En 2011 nos propusimos actualizar la web de la Asociación de Balnearios de España (Anbal), Balnearios.org, que principalmente estaba enfocada en la comunicación de los beneficios que poseían los distintos balnearios asociados. Hoy en día no sólo es posible localizar la ficha completa de cada uno de ellos, sino que también hemos incorporado un motor de reserva. Estos avances los hemos llevado a cabo de la mano de Kanli, nuestra agencia de marketing *online*, y estamos francamente satisfechos con el resultado.

En una primera fase, hace ahora un par de años, nos propusimos incluir en nuestra web todos los balnearios que componen la Asociación, aportando un valor para ellos, así como para los clientes que buscaran información sobre los mismos. Como objetivo principal, nos marcamos una práctica y cómoda experiencia del usuario, gracias al especial protagonismo que decidimos otorgarle a las fichas de los balnearios.

Tras la renovación de la web llevada a cabo por Kanli, los usuarios podían consultar cómodamente desde un mismo *site*, las diversas características de cada uno de los balnearios, tales como sus instalaciones, localización, servicios, ventajas, información meteorológica, etc. Esto supuso un importante cambio en la forma en la que, como Asociación, representábamos a nuestros afiliados. De forma paralela, nos surgió una necesidad que mucho tenía que ver con la imagen: debíamos evitar que la gente siguiera relacionando únicamente los balnearios con tercera edad, y posicionar estos lugares como centros especializados en tratamientos terapéuticos beneficiosos para la salud.

En esa primera etapa de renovación web se decidió integrar, bien visible, los enlaces a las redes sociales de cada uno de los balnearios. De esta manera se informaba



a los usuarios de la existencia de las distintas comunidades sociales de los balnearios, facilitándoles una comunicación más fluida con los establecimientos así como con el resto de clientes. Este cambio conllevó a nuestra web un aspecto más moderno y dirigido también a un público joven.

Otro de los retos de la primera fase del proyecto fue la consecución de una buena estructura del portal que consiguiese una perfecta indexación en los buscadores. Kanli ha logrado mantener nuestra esencia como Asociación, a la vez que se le ha impreso a la web un carácter transaccional, de fácil navegabilidad y óptimo posicionamiento en buscadores, logrando un incremento del tráfico del 31%.

Sin embargo, a pesar del laborioso trabajo realizado, aún nos quedaba una asignatura pendiente: convertir nuestra web en una herramienta verdaderamente útil para nuestros asociados, permitiendo a los clientes realizar una reserva directa en los centros sin salir de la web de Balnearios.org. Fue a principios de 2013 cuando, de nuevo ayudados por la agencia de marketing Kanli, decidimos dar el salto de la web asociativa a la web de comercio electrónico. Esto ha sido posible gracias a la integración

con el motor de comercio electrónico de un tercero que gestiona tanto las reservas del motor como las del *call center*.

Este nuevo enfoque estratégico persigue incrementar las ventas al hacer de la web una herramienta transaccional, gracias a la incorporación de un motor de reservas sencillo e intuitivo, en cuya concepción prima la usabilidad. Además, este motor incluye la posibilidad de poder introducir códigos promocionales, lo que abre un abanico de posibilidades promocionales. A este respecto, y como novedad táctica, hemos decidido incorporar un buscador específico destinado a una oferta concreta para clientes mayores de 55 años.

En definitiva, podemos decir que la evolución de nuestra web ha sido muy positiva y que lo meramente asociativo ha dejado paso a la utilidad, tanto para el cliente que puede conocer toda la información de un balneario concreto y realizar una reserva, como para los propios balnearios, que han logrado incrementar sus ventas al permitir la reserva electrónica desde Balnearios.org.

(*) Luis Miguel López Carral, secretario general de la Asociación Nacional de Balnearios.