

El turismo de salud debe adaptarse ya a móvil

MARKETING, MOBILE

27 NO HAY COMENTARIOS 17/06/2015 05:03



Gonzalo Ibáñez, CEO de Kanli y autor del artículo.

La pasada semana tuvieron lugar en las II Jornadas de Reflexión del Sector Balnearios, que organiza la Asociación Nacional de Balnearios (Anbal), un encuentro de carácter sectorial sobre el presente y futuro de los centros termales en el que tuve la fortuna de participar. Mi intervención versó sobre la importancia de adaptar a dispositivos móviles los websites de los establecimientos termales, con el foco en el turismo de salud.

En general, la urgencia por convertir en "mobile friendly" las páginas webs va más allá en lo que respecta al turismo de salud, pues su propia naturaleza hace aún más necesario. Han corrido ríos de tinta en relación al "Mobilegeddon", la exigencia de Google de adaptar a móvil las páginas web si queremos seguir bien posicionados en las búsquedas a través de estos dispositivos. Huelga referirse a la importancia que esto tiene, ya que si Google no te muestra, la gente no te ve.

Por si esto fuera poco, debemos también tener en cuenta que los hábitos de consumo de Internet están cambiando, los usuarios están migrando del PC al móvil a una velocidad de vértigo: el consumo de Internet en el móvil alcanza ya el 53%, frente a un 47% que se prevé vaya descendiendo progresivamente. Démonos cuenta de que la tasa de penetración de smartphones supera ya el 81% de los teléfonos móviles en España y que dos de cada tres españoles utilizan más de un dispositivo para navegar por Internet, lo que sitúa nuestro país por encima de Reino Unido y de Estados Unidos. Si no estás en móvil, pronto dejarás de estar.

Pero no tener una web adaptada a móvil es aún más dañino si hablamos de turismo de salud (balnearios y centros médicos privados). Démonos cuenta de que entre los turistas se registra un mayor porcentaje de acceso a Internet a través del móvil, ya que difícilmente tienen acceso a través de un PC mientras viajan. Además, gran parte de ellos procede de países con una elevada penetración de Internet móvil, por lo que puede que la búsqueda llegue desde el país de origen. Que tu web esté adaptada a móvil no sólo te hará visible, sino que te hará destacar en un momento clave en lo que respecta a la intención de compra. En cambio, si tu web no está adaptada y presenta importantes carencias para la navegación, el usuario la abandonará prácticamente de inmediato.

Sabemos que un elevado porcentaje de las visitas a balnearios.org proceden de dispositivos móviles y este nos alerta sobre la necesidad de adaptarnos a los hábitos de navegación de los usuarios, es obvio que hay que adaptarse, no se puede vivir ajeno a una realidad cuya tendencia, además, va en aumento. Existe, pues, una necesidad imperiosa de que el sector se fije en ello, que cada empresa observe la procedencia de su tráfico y actúe en consecuencia.

Nuestra experiencia como agencia de marketing digital encargada del diseño web de la página de la Asociación Nacional de Balnearios (Anbal) nos ha hecho darnos cuenta de la importancia de la adaptación a móvil de las webs relativas al turismo de salud, no sólo de balnearios, sino también de hospitales y clínicas privadas que ofrecen sus servicios a clientes extranjeros.

En Kanlli podemos ayudarte, así que si buscas una agencia de marketing digital que convierta tu web en "mobile friendly", [ponte en contacto con nosotros](#) y te ofreceremos una solución adaptada a tus intereses.

Gonzalo Ibáñez

CEO de Kanlli

[f Facebook](#) [in LinkedIn](#) [t Twitter](#) [g+ Google](#) [✉ Correo electrónico](#) [🖨 Imprimir](#)

Relacionado



Mobile wallet, la nueva frontera del mobile commerce
En "Mobile"



White paper de Kanlli sobre tendencias en Search
En "Digital"



Mobile marketing. Un negocio en el bolsillo
En "Mobile"