



9.b. El posicionamiento.

El posicionamiento contesta a la pregunta **¿por qué debe el turista seleccionar tu empresa?** Refleja el argumento fundamental de venta. Por consiguiente el posicionamiento tiene que materializarse en el diseño del producto y su comunicación posterior. Así pues, “rural” no es un posicionamiento, ya que todos los competidores tienen ese mismo atributo. Incluso aspectos como “naturaleza” o “tranquilidad”, pueden llegar ser muy genéricos e insuficientes.

Un ejemplo de posicionamiento de un alojamiento rural puede ser “Balcón de Sierra Nevada” centrándose en sus magníficas vistas a este recurso natural; pero no debe ser sólo un eslogan comercial, sino que debe reflejarse en el diseño de los ventanales, miradores y lugares diseñados en el alojamiento y alrededores para la contemplación de la montaña, con fotografías, prismáticos, historias sobre la montaña, etc.

Con el posicionamiento se intenta determinar la forma de comunicar a nuestro público objetivo las características diferenciadoras de nuestro producto haciendo que éste se perciba como único en la mente de los consumidores.