

Una empresa que organiza interrailes utiliza diversos canales para promocionar sus servicios, facilitar la compra de pases y mejorar la experiencia de los viajeros. Su sitio web es el punto principal de contacto, donde los usuarios pueden explorar rutas, precios y servicios. Además, emplea redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok y YouTube para compartir contenido inspirador, fotos, videos y consejos prácticos. La publicidad digital, a través de campañas en Google Ads y redes sociales, ayuda a alcanzar a un público más amplio interesado en el turismo. También genera blogs y guías de viaje con itinerarios, recomendaciones y experiencias de otros viajeros, y recurre al email marketing para enviar boletines con promociones y novedades. Colabora con influencers, bloggers y agencias de turismo para crear contenido atractivo y promocionar sus servicios. Para la venta, utiliza principalmente su plataforma online y aplicaciones móviles, que permiten gestionar el viaje, reservar trenes y acceder a pases electrónicos. Asimismo, trabaja con agencias de viaje tradicionales para llegar a un público más amplio. Estos canales están diseñados para ofrecer una experiencia integral y facilitar cada etapa del viaje en tren.