

La “web china” del Museo Thyssen se reinventa

- www.museothyssen.org/cn está pensada para el turista chino que está en España o en Europa
- El Thyssen fue el primer museo nacional con señalética y folletos en mandarín



El Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, alineado con el plan estratégico de las instituciones del sector turístico como Madrid Destino, Turismo de la CAM y Turespaña, ha creado tanto un plan de promoción, como una serie de productos personalizados para captar al turista chino premium o de lujo que viaje por Europa, así como ha cambiado y mejorado la presencia en su ecosistema digital. Para ello, ha renovado y reinventado la página web china con el fin de atraer a las comunidades de turistas chinos con residencia en Europa o a quienes estén de viaje por este continente, una vez se abran las fronteras. La web www.museothyssen.org/cn está orientada al turista y su contenido pensado y creado teniendo siempre en cuenta la idiosincrasia china, aunque sin perder la esencia Thyssen.

No se trata de una traducción de la web institucional: conscientes de las necesidades e intereses de este mercado, se han llevado a cabo integraciones importantes con el motor de venta de entradas del museo para facilitar la compra en chino, y con la tienda, para que los estos visitantes puedan adquirir esos productos exclusivos, sostenibles y creados por artesanos locales que encajan al 100% en su ideal de “experiencia de compras”, ofreciéndoles además medios de pago imprescindibles para ellos como AliPay, WeChat Pay o la tarjeta UnionPay. También, se ha iniciado la difusión de la colección permanente del museo a través de acciones *live streaming* con *influencers* chinos.

Más información e imágenes:

Museo Nacional Thyssen-Bornemisza
Paseo del Prado, 8. 28014 Madrid. Tel. +34 914203944 / +34 913600236
www.museothyssen.org ; prensa@museothyssen.org

THYSSEN-BORNEMISZA
MUSEO NACIONAL



THYSSEN-BORNEMISZA | 提森-博内米萨
MUSEO NACIONAL | 国立博物馆

首页 参观提森 参观类型 提森商店 馆内服务 English



博物馆商店是馆内藏品的展示窗口，汇集了灵感源自各大师代表作的优质产品，均由知名艺术家、设计师和本地手工艺人独家制作。无论是书签、笔记本、复制博物馆馆藏作品的精美海报，还是家具用品、珠宝、博物馆编撰的艺术书籍或是儿童玩具，一应俱全。请您为自己、您的朋友和家人探寻独一无二的礼物吧！

*如果您在旅途中无暇在商店购买礼物，也可在我们的线上商店采购，网站为：tienda.museothyssen.org，我们会通过快递公司寄送您所购买的产品。

[参观提森商店](#)

接受付款方式:



El chino es uno de los mercados emergentes de turismo que, desde siempre, más ha interesado al Museo Nacional Thyssen-Bornemisza: en 2014, se llevó a cabo una primera adaptación, analógica, con folletos, señalética y audioguías en mandarín, con guías chinos nativos y con el diseño de un menú español adaptado al paladar chino y otro asiático que podían degustar en el restaurante del museo; en 2016, el Thyssen se convirtió en el primer museo público español con una web responsive dirigida y adaptada a sus usos y gustos, con el objetivo de difundir en origen la marca Museo Thyssen en su ámbito digital y llegar al creciente segmento de turistas chinos que prefería viajar de forma independiente.

En la era postpandemia, el turista chino será clave para la recuperación turística de España y, en concreto, para la ciudad de Madrid, a causa de las cada vez más numerosas conexiones áreas directas entre China y España, porque se trata de viajeros con un alto nivel de gasto en destino y porque sus gustos no se centran en el turismo de sol y playa, sino que buscan cultura, gastronomía y compras: demandan productos turísticos de lujo y de gama alta, así como servicios personalizados y que se ajusten a sus necesidades. Y Madrid es una ciudad con todos los elementos necesarios para ser un destino premium para ellos. Hay que tener en cuenta, además, que en China las vacaciones son en torno al 1 de octubre y durante los meses de enero y febrero, por lo que no corresponden con la temporada alta española, lo que facilita la desestacionalización en la ciudad de Madrid.