

BIENIDORM

Memoria de Actividades



Febrero - Octubre
2011





Introducción



La Fundación Turismo de Benidorm nace en febrero de 2011, iniciando su actividad el día 15 del mismo mes en las nuevas instalaciones en Plaza Torrejón, en el centro municipal con el mismo nombre.



La labor de la Fundación de Turismo es el desarrollo a cuatro años vista del Plan de Marketing Turístico de Benidorm, que busca la profesionalización del sector turístico para impulsar el turismo y potenciar toda la oferta de la ciudad, combatiendo así las debilidades de la imagen de Benidorm y aprovechando las fortalezas y oportunidades.

desarrollando en el primer semestre de 2011 una serie de actividades que se recogen en el Plan de Actuaciones para el mismo año.

Una labor de todos

“El futuro tiene muchos nombres. Para los débiles es lo inalcanzable. Para los temerosos, lo desconocido. Para los valientes es la oportunidad.”

Victor Hugo (1802-1885)

Novelista francés

Plan de Marketing



Las nuevas tendencias hacen indispensable el enfoque de los esfuerzos de un destino hacia la diferenciación de la oferta de sus productos turísticos y la especialización en aquellos en los que presente un mayor grado de competitividad.

Benidorm se encuentra en el reto de conseguir mejorar su posicionamiento y reconocimiento como marca turística, aprovechando todas las oportunidades que sus recursos turísticos le ofrecen.



Para ello, una nueva estrategia de marketing y promoción constituye un elemento clave para el logro de este reto.

Plan de Actuación 2011

Junto al Plan de Marketing encontramos el Plan de Actuación 2011, cuyo objetivo principal es marcar las guías de trabajo del presente año.

Una de las líneas principales para este año es la creación del Convention Bureau, así como la del Club de Producto. El turismo MICE es una prioridad reflejada en el Plan de Actuaciones.



Reposicionamiento

El reposicionamiento de un destino no se consigue de un día para otro, por ello se marca la frontera del año 2015.

Un destino debe tener definidos sus productos, tener unas metas y la implicación de todos sus agentes. Benidorm tiene todos esos factores.

El panorama turístico está cambiando con rapidez y los nuevos escenarios turísticos y grandes tendencias que se auguran para los próximos años suponen un reto especialmente importante para un destino turístico como Benidorm.

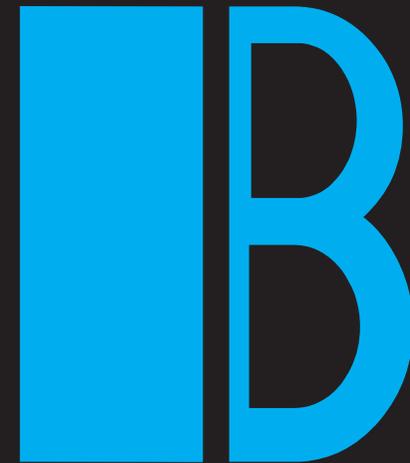


Implicación de todos los agentes: el mismo mensaje

Benidorm está ante una oportunidad histórica para llegar a recuperar la posición de liderazgo que tuvo en etapas anteriores. Todos los gestos y acciones deben demostrar claramente las voluntades y constituir un ejemplo.

Desde todos los sectores debe lanzarse el mensaje de que Benidorm es más que Sol y Playa, teniendo una oferta complementaria envidiable.

Hoy en día, con Internet y el auge de las redes sociales, cualquier comentario, entrevista o nota de prensa es compartida por millones de usuarios de forma viral, resultando una ventaja para la difusión del mensaje positivo y una gran desventaja si no se administra bien.



Colaboración Institucional

La Fundación Turismo de Benidorm ha colaborado activamente con diversas instituciones, como son la Agencia Valenciana de Turisme, Turespaña o el Patronato Costa Blanca, tanto en acciones en origen como en destino.

Mercados de presente y futuro

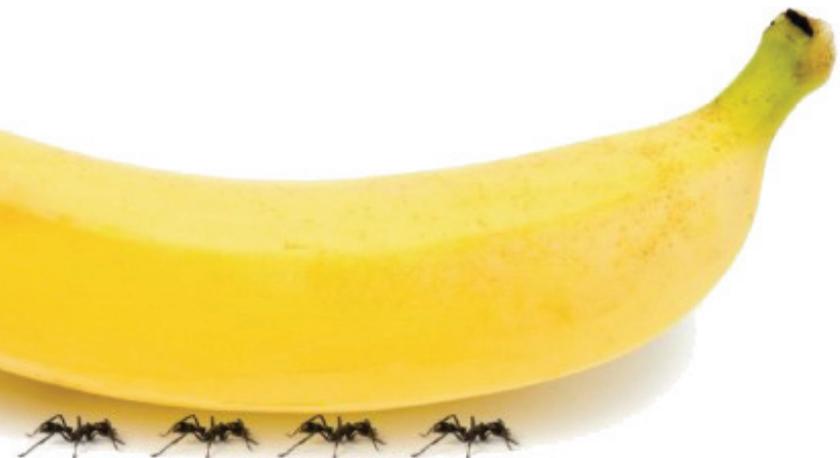
El desarrollo de actividades de promoción y colaboración con distintas agencias u organizaciones implican una serie de ventajas para Benidorm que de otro modo no podría alcanzar.

La sinergia que se produce con marcas como Costa Blanca o Comunitat Valenciana es reconocida por todo el mundo, ya que Benidorm es parte fundamental de ambas.

La colaboración, tanto de la Agencia Valenciana de Turisme como Patronato Costa Blanca, ha sido muy fructífera e indispensable para abrir nuevos mercados emergentes, como es el mercado Ruso, y recuperar mercados que en el pasado fueron de

especial importancia para Benidorm, como pueden ser los mercados Alemán e Italiano.

Destacar también la colaboración de Turespaña en acciones de captación de mercado MICE y acciones directas en el Reino Unido para reforzar los mercados de ciudades con conexiones directas a Alicante.



**“If everyone is moving forward together,
then success takes care of itself.”**

Henry Ford



Ferias

Febrero

BIT Milán
BTL Lisboa

Marzo

ITB Berlín
MITT Moscú (Concejalía)
SEATRADE Miami
TCV Valencia (Concejalía)

Abril

SITC Barcelona
TASTE OF SPAIN - Liverpool

Mayo

EXPOVACACIONES Bilbao
IMEX Frankfurt

Junio

TASTE OF SPAIN - London

Fam Trips

Abril

AAVV Holanda
AER LINGUS Irlanda
GRUPO PEGAS Rusia
GRUPO PEGAS Rusia

Mayo

GRUPO PEGAS Rusia
AAVV Rusia

Junio

PRESS Italia

Visitas

Abril

Escuela West England

Mayo

Universidad Nijmegen
Grupo Inatel

Mercados

Según Origen

Italia
Portugal
Alemania
Reino Unido
España

Según Demanda

Sol y Playa
Golf
Ocio (Parques)
MICE
Gay



¿Por qué Ferias, Fam Trips y Press Trips?

Presencia directa en 9 ferias internacionales

Se han realizado 7 Fam Trips / Press Trips.

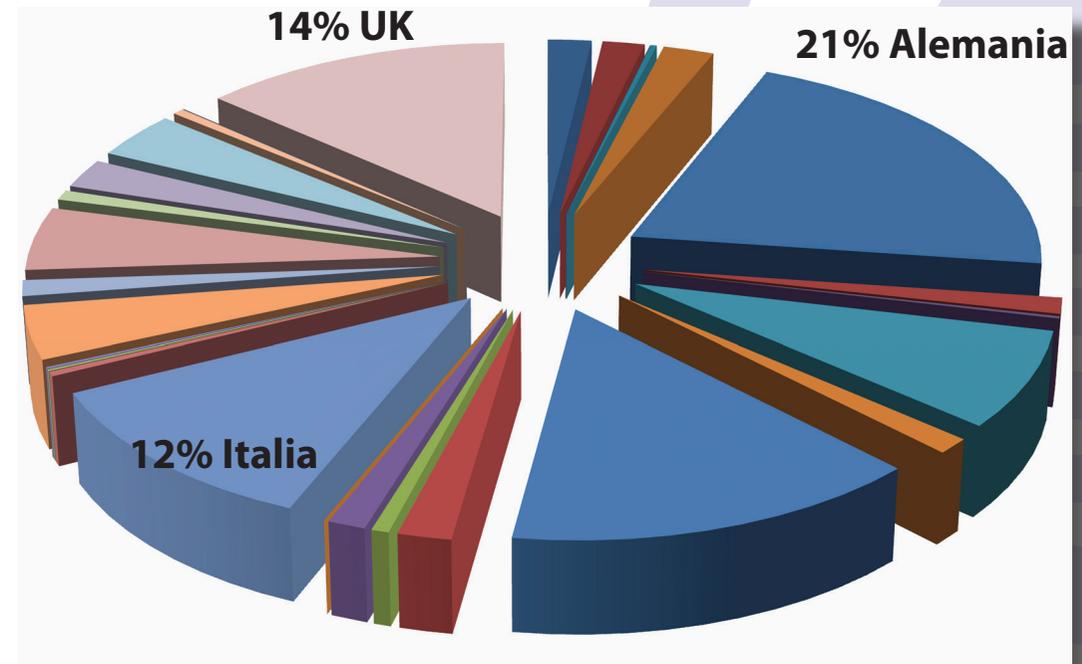
Especial trabajo en la recuperación del mercado Italiano, Alemán.

Fidelización del mercado del Reino Unido.

El mercado Italiano, Inglés y Alemán suponen el 12, 14 y 21% por ciento respectivamente de toda la demanda europea de turistas para más de 4 noches de pernoctación de los últimos tres años.

Esto supone un mercado potencial de 94 millones de turistas.

Demanda Europea de Turistas para 4 o más noches 2008-2010



*Fuente: Eurostat

Desde la Fundación Turismo de Benidorm se ha trabajado intensamente para captar nuevos mercados y mejorar la visibilidad y accesibilidad del destino.

Se ha trabajado el mercado ruso, holandés y se han entablado conversaciones con compañías aéreas para aumentar el número de vuelos hacia Alicante y su nueva terminal en beneficio del destino turístico.





Desde la Fundación Turismo de Benidorm se ha realizado una intensa labor de mejora de relaciones y establecimiento de contactos para acciones de co-marketing con empresas de nivel mundial.



COMPAÑÍAS AÉREAS

Se han estrechado relaciones con compañías aéreas que trabajan en mercados de interés estratégico para Benidorm para campañas de co-marketing y acciones promocionales puntuales.

TOUR OPERADORES

Mercados con conexiones aéreas sin escalas hasta Alicante, mercado MICE, Cruceros, turismo LGTB... Todo siguiendo el Plan de Marketing 2011-2015 y el Plan de Actuación 2011.



INTERNET

Se ha trabajado en acuerdos con compañías de gran prestigio y referentes para los usuarios a la hora de consultarlas para tomar decisiones como la elección de destino vacacional.



La Fundación ha mantenido contacto con Directores Generales y Comerciales de Air Berlin, EASYJET, Vueling y Spanair.

Se han mantenido reuniones con JET2, JETAIR, PREMIUM UK, HAPAG-LLOYD, MundoSenior...

Se han mantenido reuniones con directivos de Trivago y Minube.com. Con Booking.com, uno de los mayores portales de reservas mundial, también se han realizado acciones en Benidorm, como Workshops para hoteleros .



Desde la Fundación Turismo de Benidorm se ha trabajado en varios aspectos clave de Internet, siempre acorde a las nuevas tecnologías, con criterios de reposicionamiento de marca y con objetividad:

- Portal Oficial de Información del destino:

www.visitbenidorm.es

- Creación, control y monitorización 24h de perfiles específicos en redes sociales. Se asegura información diaria turística en los perfiles y se interactúa con los usuarios de acuerdo con el perfil específico al que se dirigen.

- Aplicación en *tiempo real* de todas las *tecnologías nuevas* que sean susceptibles de incrementar la competitividad de la marca Benidorm en Internet. Ser los primeros en utilizar nuevas tecnologías puede suponer una ventaja sobre los competidores.

- Control 24h de cualquier mención a *Benidorm* en materia turística que se realiza en Internet, velando por la veracidad y exactitud de la información.

BIENIDORM

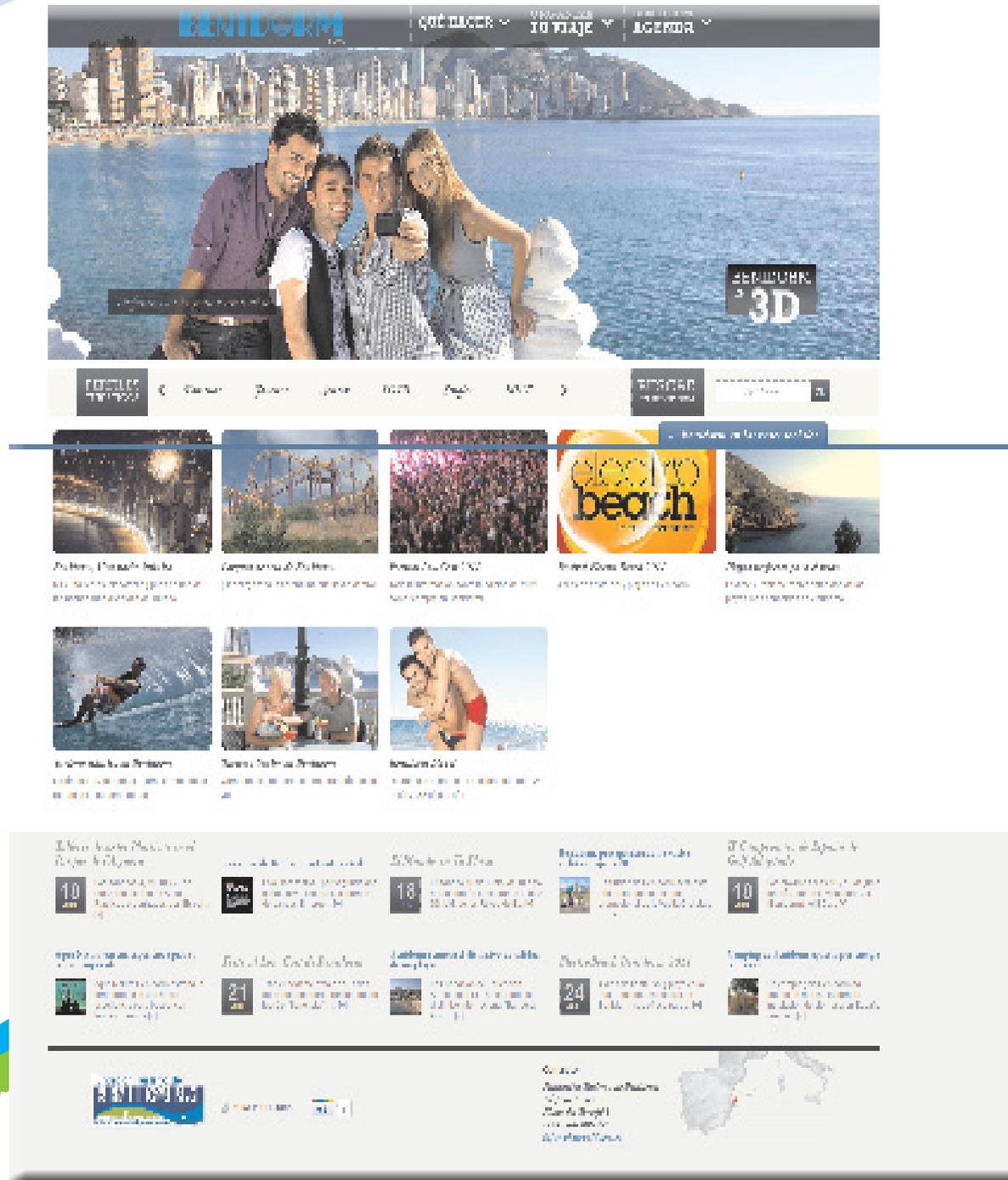
Fundación Turismo de
BENIDORM
de la Comunitat Valenciana

twitter



Google





Ganadora "Mejor Web Institucional" de la Comunitat Valenciana en la II Edición Premios WEBS LAS PROVINCIAS 2011

Más de 446 páginas creadas

Agenda actualizada

Crecimiento medio de visitantes únicos absolutos al mes del 44%

Preparada para todos los navegadores y resoluciones

Se ha habilitado una zona profesional para los miembros de la Fundación

Se ofrece única y exclusivamente información sobre los miembros pertenecientes a la Fundación

Todas las noticias son de carácter puramente turístico

Resumen sobre Notas de Prensa enviadas

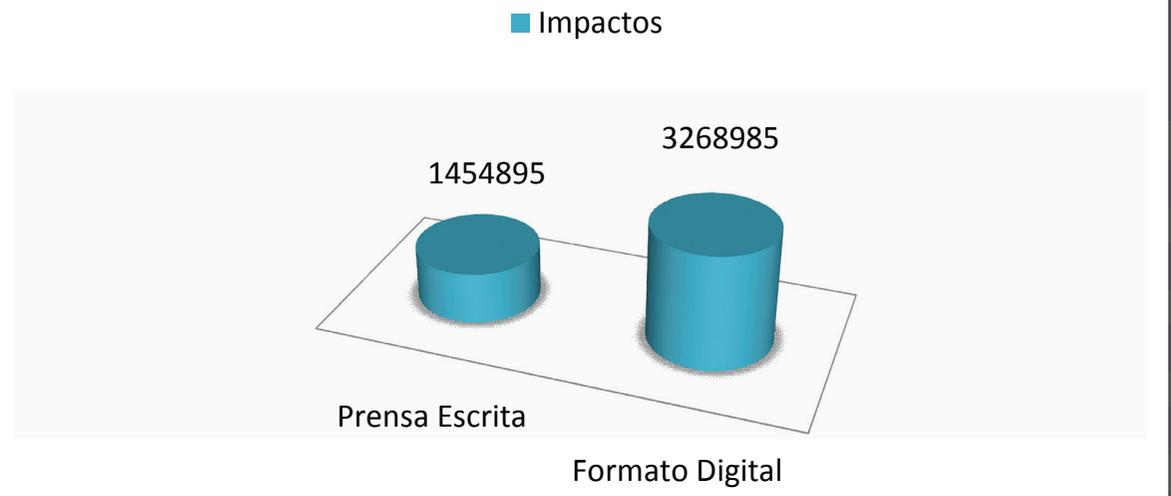
El 69% de los impactos han sido *digitales*, via internet

Se han provocado más de 4723880 impactos potenciales

Las noticias han sido recogidas por medios especializados en *turismo*, prensa generalista y económico-financiera.

Se ha aparecido en sitios de gran *reputación online*, como es "elMundo.es", uno de los diarios más leídos en internet.

Nº Impactos potenciales provocados Febrero 2011 - Junio 2011



*Fuentes:

Community Manager Fundación Turismo de Benidorm

Alexa

OJD

Gestión de Ferias segundo semestre. Inscripción realizada, aprobada y documentación completa aportada.

- **Expogays Málaga, 14 a 16 de Septiembre de 2011 - En colaboración con el colectivo LGTB.**
- **WTM London , 7 a 10 de Noviembre 2011. Colaboración con la AVT.**
- **EIBTM, 29 de Noviembre a 1 de Diciembre 2011. Un mostrador con Turespaña.**

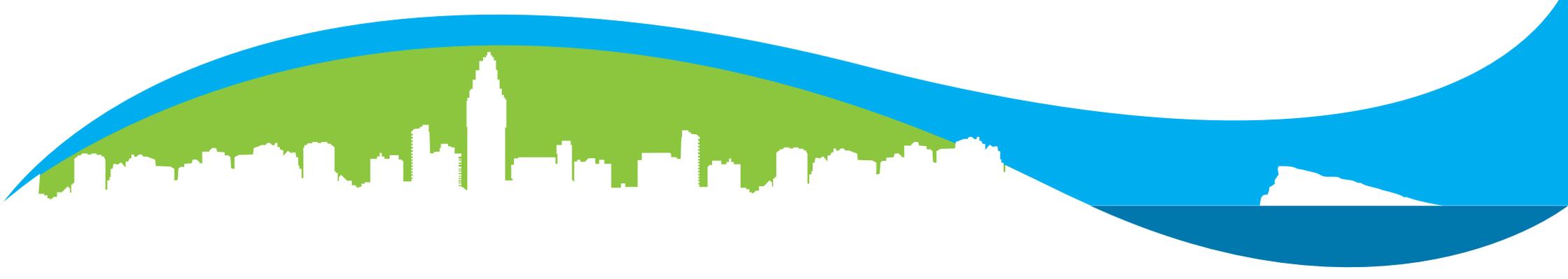
Reuniones sectoriales:

- **Colectivo LGTB y MICE**

Colaboración con la televisión Británica (ITV) en la grabación de espacios y conexiones en directo desde Benidorm del programa DayBreak.

Blogtrip en colaboración con la AVT para cubrir Low Cost Festival 2011.

Asesoramiento a Electrobeach Festival 2011 en materia de promoción internacional a través de internet.



Desarrollo de Conexion Spain Virtual organizado por Turespaña.

Trabajos como guías turísticos en visitas.

Desarrollo de propuestas a coste cero para la promoción en la Vuelta Ciclista a España (No ejecutadas)

Desarrollo de propuesta de actuaciones 2012 turismo LGTB (No ejecutadas)

Desarrollo de propuestas para el impulso de la zona centro como Zona Turística Gastronómica mediante rutas de Tapas diseñadas para distintos colectivos y la integración con herramientas 2.0. (No ejecutadas)

Gestión, monitorización y creación de imagen y contenido en las redes sociales y web

Tareas administrativas básicas de la Fundación

Asistencia a la Asamblea del SCB celebrada en Málaga en Septiembre





www.VisitBenidorm.es

Fundación Turismo de

BENI**DORM**



de la Comunitat Valenciana

Fundación Turismo de Benidorm

Plaza Torrejón 1, Edif. Torrejón

+34 96 680 64 75

info@visitbenidorm.es